

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

INSTITUT FÜR BIBLIOTHEKS- UND INFORMATIONSWISSENSCHAFT



BERLINER HANDREICHUNGEN ZUR BIBLIOTHEKS- UND INFORMATIONSWISSENSCHAFT

HEFT 48

LEITBILDER UND ZIELDEFINITION KOMMUNALER
BIBLIOTHEKEN

KLASSISCHE MARKETINGINSTRUMENTE ZUR
MARKTPLAZIERUNG IN ANWENDUNG AUF KOMMUNALE
BIBLIOTHEKEN, LEITBILDER UND IHRE GEWINNUNG,
INFORMATIONSLOGISTISCHE ROLLEN UND VERFAHREN ZUR
UMSETZUNG IN STRATEGISCHE UND DISPOSITIVE ZIELE

VON
KONRAD UMLAUF

LEITBILDER UND ZIELDEFINITION KOMMUNALER
BIBLIOTHEKEN

KLASSISCHE MARKETINGINSTRUMENTE ZUR
MARKTPLAZIERUNG IN ANWENDUNG AUF KOMMUNALE
BIBLIOTHEKEN, LEITBILDER UND IHRE GEWINNUNG,
INFORMATIONSSLOGISTISCHE ROLLEN UND VERFAHREN ZUR
UMSETZUNG IN STRATEGISCHE UND DISPOSITIVE ZIELE

VON
KONRAD UMLAUF

Berliner Handreichungen zur
Bibliotheks- und Informationswissenschaft

Begründet von Peter Zahn
Herausgegeben von
Konrad Umlauf
Humboldt-Universität zu Berlin

Heft 48

Umlauf, Konrad

Leitbilder und Zieldefinition kommunaler Bibliotheken. Klassische Marketinginstrumente zur Marktplazierung in Anwendung auf kommunale Bibliotheken, Leitbilder und ihre Gewinnung, informationslogistische Rollen und Verfahren zur Umsetzung in strategische und dispositive Ziele / von Konrad Umlauf. - Berlin : Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 1999. – 35 S.. : - (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft ; 48)

ISSN 14 38-76 62

Eine Online-Version ist auf dem edoc Publikationsserver der Humboldt-Universität zu Berlin verfügbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) Lizenz.

Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft und Bibliothekarausbildung

Begründet von Peter Zahn

Herausgegeben von Konrad Umlauf

Heft 48

(Materialien zur Fortbildung ; 2)



Leitbilder und Zieldefinition kommunaler Bibliotheken

**Klassische Marketinginstrumente zur Marktplazierung in Anwendung auf kommunale
Bibliotheken, Leitbilder und ihre Gewinnung, informationslogistische Rollen und
Verfahren zur Umsetzung in strategische und dispositive Ziele**

von Konrad Umlauf

Inhalt

[Abstract](#)

1 [Ausgangslage](#)

2 [Profilierungsstrategien](#)

[2.1 Profilierungen im Buchhandel](#)

[2.2 Profilierung nach Zielgruppen auf Basis einer Familienzyklusanalyse](#)

[2.3 Informationslogistische Rollen](#)

3 [Leitbilder](#)

[3.1 Beispiele](#)

[3.2 Was ist ein Leitbild?](#)

[3.3 Leitbilder und Bibliotheksentwicklungspläne](#)

[3.4 Entwicklung eines Leitbildes](#)

[3.4.1 Betriebsintern](#)

[3.4.2 Mit Beteiligung der Gemeindevertretung](#)

[3.5 Bibliotheksleitbild und kommunales Leitbild](#)

4 [Marketinginstrumente zur Marktanalyse und Marktplazierung](#)

[4.1 Gemeinwesenanalyse](#)

[4.2 Konkurrenzanalyse](#)

[4.3 Stärken-/Schächen-Analyse](#)

[4.4 Nutzerpotentialanalyse](#)

[4.5 Marktsegmentierung](#)

[4.6 Portfolianalyse](#)

[4.7 Produkt-Märkte-Matrix](#)

5 [Operative Ziele](#)

6 [Der Beitrag der ÖB zur Stadtentwicklung](#)

7 [Literatur](#)

8 [Abbildungen](#)

[zur Einstiegsseite der Handreichung 48](#)

[zur Übersicht Handreichungen](#)

Abstract:

Dieses Material zur Verwendung bei bibliothekarischen Fortbildungsveranstaltungen geht aus von dem Erfordernis der Konzentration auf ein zukünftig schmaleres Aufgabenspektrum der Öffentlichen Bibliothek mit dem Ziel, bei dem schmalen gewordenen Aufgabenspektrum höhere Leistungskraft und ein überzeugenderes Profil zu gewinnen. Profilierungsstrategien im Buchhandel, auf Basis der Familienzyklusanalyse und gemäß den von der ALA empfohlenen informationslogistischen Rollen werden dargestellt. Als Entscheidungskriterium für die Wahl des individuellen Profils der eigenen Bibliothek wird die Orientierung an kommunalen Leitbildern der Stadtentwicklung empfohlen. Für den verbreiteten Fall des Fehlens eines kommunalen Leitbildes wird ein am Stadtimage anknüpfendes Verfahren zur Gewinnung eines eigenen Leitbildes behandelt. Leitbilder und Zielkataloge von ausgewählten deutschen und ausländischen Bibliotheken werden wiedergegeben. Weiterhin werden behandelt: Verfahren zur Gemeinwesenanalyse, Konkurrenzanalyse, Stärken-/Schwächen-Analyse, Nutzerpotentialanalyse, Marktsegmentierung, Portfolioanalyse, Produkt-Märkte-Matrix sowie Verfahren zur Umsetzung des Leitbildes in strategische und operative Ziele. Allgemeine Tendenzen der Stadtentwicklung in Deutschland am Ende der 90er Jahre werden skizziert und Anknüpfungspunkte für die Profilierung der Öffentlichen Bibliothek aufgezeigt.

1 Ausgangslage

- Qualitätsverbesserung statt Quantitätsausweitung

In dieser Situation sind Bibliothekare schlecht beraten, wenn sie weiterhin in erster Linie auf die berühmten zwei ME pro Einwohner setzen und wenn sie Ausleihzahlen als ihr wichtigstes Ziel betrachten. Immerhin sind auch Besucherzahlen in viele Produktdefinitionen eingegangen, aber auch hier geht es um Quantitäten.

- Aufgabenkatalog immer länger
- Personal und Mittel immer knapper

Der Aufgabenkatalog der öffentlichen Bibliotheken ist im Lauf der letzten 25 Jahre, seit dem Bibliotheksplan '73 immer länger geworden. Dagegen sind Personal und Mittel immer knapper geworden. Und am längsten ist der Aufgabenkatalog in der Programmschrift *Bibliotheken '93*. Diese Programmschrift haben die Bibliothekare überraschend selektiv rezipiert. Auf Seite 11 steht dort ein folgenschwerer Satz, der im Unterschied zu den wunderschönen Aufgabenaufzählungen auf den Seiten 12ff. noch nirgendwo zitiert wurde. Dort heißt es:

Bibliotheken '93:

Der differenzierte Literatur-, Medien- und Informationsbedarf ist durch Bibliotheken auf vier arbeitsteilig aufeinander abgestimmten Funktionsstufen zu decken. Durch Zuordnung zu einer Funktionsstufe ergibt sich für die Bibliothek ein spezifisches Aufgabenspektrum. Auf dieser Grundlage formuliert die Bibliothek ihren konkreten Aufgabenkatalog, der bestimmt ist durch

- Zielgruppen und ihren Bedarf,
- institutionelle Rahmenbedingungen und
- historische Ausgangssituationen.

Mit anderen Worten, die Bibliotheken sind aufgefordert, ausgehend von ihren Möglichkeiten sich Zielgruppen zu suchen, für die sie sich zuständig sehen und für diese Zielgruppen eine überzeugende Auswahl bibliothekarischen Dienstleistungen anzubieten.

- Hochformat statt Breitformat, [Abbildungen 1-3](#)
- Problem: Inhalt der Schwerpunktbildung
- nicht geeignet: Abteilungen, Fachgebiete, Medienarten, Dienstleistungsarten
- geeignet: Zielgruppen, informationslogistische Rollen, Leitbilder

2 Profilierungsstrategien

2.1 Profilierungen im Buchhandel

Im Sortimentsbuchhandel wird heute folgende Profilierungsstrategie empfohlen: [Abbildung 4](#)

2.2 Profilierung nach Zielgruppen auf Basis einer Familienzyklusanalyse

Angebote für Bevölkerungsgruppen nach den Kriterien Alter und Familiensituation, [Abbildung 5](#)

2.3 Informationslogistische Rollen

- Darstellung der informationslogistischen Rollen: [Abbildungen 6-9](#)
- Entscheidung für einige der Rollen hat die in [Abbildung 10](#) gezeigte Verwendung der Kapazitäten (Prozent des Erwerbungsetats für die betreffenden Rollen, Prozent der Arbeitskapazität für die betreffenden Rollen) zur Folge
- Kriterien für die Wahl der Rollen
- Voraussetzungen der Bibliothek hinsichtlich
 - Erwerbungsetat (die Rolle Bildungs-, Ausbildungsunterstützung ist teurer als andere, weil der Durchschnittspreis einschlägiger Medien höher ist und weil ein größerer Bestand benötigt wird)
 - Personalkapazität (die Rolle populäres Medienzentrum kann man mit Selbstbedienung gut umsetzen; die Rolle Tor zum Lernen für Schüler braucht ständig Personal in der Kinderbibliothek, möglichst auch
 - Raumkapazität (wird am deutlichsten, wenn es um Veranstaltungen geht, Rolle
 - Qualifikationen und Neigungen des Personals (ggf. Personalentwicklung)
- Mitarbeiterbefragung über die von den Mitarbeitern präferierten Rollen, was zu einer Verstärkung der in der Vergangenheit vorgenommenen subjektiven Schwerpunktssetzung führt,
- Nutzerbefragung über erfolgte Nutzungsschwerpunkte, was zu einer Verstärkung der in der Vergangenheit vorgenommenen Selbstselektion der Zielgruppen führt,

- Fortsetzung der bisherigen Praxis,
- Anteil von Familien mit Kindern im Einzugsgebiet (Rolle: Tor zum Lernen),
- Anteil Jugendlicher im Einzugsgebiet (Rolle: Bildungs-, Ausbildungsunterstützung).
- soziale Umgebungen
- Leitbild.

3 Leitbilder

3.1 Beispiele

- [Leitbild der Stadt Aarau, Schweiz](#)
- [WWW-Auftritt der Stadtbibliothek Aarau, Schweiz](#)
- [Leitbild der Öffentlichen Bibliothek in Pasadena, USA](#)
- [Leitbild der Öffentlichen Bibliothek in Homewood, USA](#)
- [Leitbild der Öffentlichen Bibliothek in Westerville, USA](#)
- [Leitbild der Öffentlichen Bibliothek in Richmond, Kanada](#), Übersetzung: [Abbildung 11](#)
- [WWW-Auftritt der Stadtbibliothek Biberach, Baden-Württemberg](#)
- [WWW-Auftritt der Stadtbibliothek Chemnitz, Sachsen](#)
- [Leitbild der Universitätsbibliothek Konstanz, Baden-Württemberg](#)
- [Jahresziele 1997 der Universitätsbibliothek Konstanz, Baden-Württemberg](#)
- Leitbild der Stadtbibliothek Bremen, Bremen, [Abbildung 12](#)
- Jahresziele 1997 der Stadtbibliothek Bremen, Bremen, [Abbildung 13-14](#)
- Fazit:
- Bibliotheksleitbilder im deutschsprachigen Raum sind selten, deutsche Bibliotheken sagen meistens nicht, wozu sie gut sind (was ihr Auftrag, ihr Leitbild ist), sondern treffen oft nur Aussagen über Umfang und allenfalls Inhalt ihrer Bestände (Bibliothek als Mediensammlung)
- Dagegen entfalten die angloamerikanischen Bibliotheksleitbilder in der Regel folgende Argumentationslinie: Freiheit und Demokratie - Informationsfreiheit - Bedeutung der Bibliotheken - ggf. sind Schwerpunkte ihrer Arbeit genannt

3.2 Was ist ein Leitbild?

- Beweggründe (Warum?)
 - z.B. Meinungs- und Informationsfreiheit, Demokratie- und Pluralismusgebot, Chancengleichheit, Beitrag zur Stadtentwicklung
- Angebote und Ziele (Was?)
 - z.B. Vielfalt und Pluralität der Medienarten und Medieninhalte, aber auch Schwerpunkte
- Prinzipien, Haltungen (Wie?)
 - z.B. Dienstleistungsgedanke, Bürgernähe, Wirtschaftlichkeit
- Zielgruppen, Schwerpunkte (Wer? Für wen?)
 - z.B. Professionalität, Kompetenz, Flexibilität des Personals, bes. wichtige Zielgruppen
- Anknüpfen an Stärken, Wege zur Behebung von Schwächen, Visionen für die Zukunft
- Konzentration auf Spezifika, keine Stoffsammlung
- Einigung auf das Wesentliche und Richtungsweisende, nicht alle Aspekte, keine Einzelziele, keine konkreten Vorhaben
- Leitbild als Richtungsweiser, Leitbild als Imagegestalter

3.3 Leitbilder und Bibliotheksentwicklungspläne

- Leitbild: qualitative Aussagen, langfristig, dynamisch, richtungsweisend
- Bibliotheksentwicklungsplan: quantitative Ziele, Zwischenschritte in Jahres- oder Fünfjahresabständen, statisch, Maßnahmen (Umsetzung von allgemeinen Standards wie in Bibl. '93 auf lokale Verhältnisse)
 - Entwicklung des Netzes, Standorte
 - Flächenstandards
 - Standards der Personalausstattung
 - ME / Ew
 - Anteil AV-Medien
 - Erneuerungsquoten

3.4 Entwicklung eines Leitbildes

3.4.1 Betriebsintern

1. Problem taucht auf

2. Leitung: Entscheidung über Ausarbeitung eines Leitbildes

- Ziele des Projekts
- Projektorganisation: Kompetenzen, Beteiligung
- Projektablauf
- externe Beratung?
- Finanzierung

3. Projektgruppe: Analysen, Lagebeurteilung, Skizzen = Materialien

4. (Information eines weiteren Kreises Beteiligter durch die erarbeiteten Materialien)

5. (Äußerungen der weiteren Beteiligten schriftlich oder Diskussionsveranstaltung)

6. Leitung und Projektgruppe: (Auswertung von Punkt 5), Vorlage eines Entwurfes

7. (Information eines weiteren Kreises Beteiligter)
8. (Äußerungen der weiteren Beteiligten schriftlich oder Diskussionsveranstaltung)
9. Leitung und Projektgruppe: (Auswertung von Punkt 9), Vorlage des Leitbildes
10. Leitung: Entscheidung über Inkraftsetzung
11. Leitung und Mitarbeiter: Umsetzung, Konkretisierung

- Fortbildungsmaßnahmen
- Ausarbeitung von Konzepten und Aktionsplänen
- Formulierung von Zielen und Jahreszielen

Dauer: Ca. 1 Jahr

3.4.2 Mit Beteiligung der Gemeindevertretung

- Entscheidung über Ausarbeitung und Inkraftsetzung liegt bei der Gemeindevertretung
- Leitbild für die Bibliothek oder für den Kulturbereich (und darin die Bibliothek) oder für die Kommune insgesamt?
- Kreis der Beteiligten: Bibliothek, Kulturverwaltung, sachkundige Bürger, Gemeindevertreter
- Dauer mindestens 1 Jahr

3.5 Bibliotheksleitbild und kommunales Leitbild

- Bibliotheksleitbild sollte sich in das kommunale Leitbild einfügen. Problem: Mangel an kommunalen Leitbildern
- Anknüpfungspunkte für Bibliotheksleitbilder: Strategien der Stadtentwicklung oder Images der Stadt, [Abbildungen 15-16](#)
- Images der Stadt: wirtschaftliche, kulturelle, räumliche, geschichtliche Bilder
- Position der Bibliothek in der Schnittmenge zwischen kommunaler Entwicklungsstrategie und medialem Bedarf, [Abbildung 17](#)

4 Marketinginstrumente zur Marktanalyse und Marktplazierung

Fragestellung: Was tun die anderen, was unterscheidet uns von den anderen, denn es ist wenig aussichtsreich, etwas anzubieten, was andere bereits tun oder sogar besser tun. Zu kurz gedacht: Bezahlen / nicht bezahlen. Aus der Sicht der Nutzer vielfältige Konkurrenz.

Erarbeitung durch eine Projektgruppe unter Zuarbeit der Fachlektoren.

4.1 Gemeinwesenanalyse

Ziel ist die genaue Kenntnis des Einzugsgebiets der Bibliothek in Bezug auf die soziale, demographische und kulturelle Situation. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf zwei Bereiche gelegt: auf die Bevölkerungsdaten, die man ohne eigene Erhebung vom statistischen Amt der Stadt bekommen kann, und die Institutionen, von denen man annimmt, daß sie einen Einfluß auf die Nachfrage in der Bibliothek haben: Schulen, Betriebe, Geschäfte, Freizeiteinrichtungen.

- Fragestellungen im einzelnen:
 - Bevölkerungsentwicklung
 - Haushaltsstruktur (Familiengröße, Kinder)
 - Wohnsituation (Bebauung, Mieten, Eigentümerquote, Wohnflächen) - Problem: Pendler
 - Arbeitssituation (Erwerbstätigkeit nach Statusgruppen, Arbeitslosenzahlen, Branchenstruktur) - Problem: Pendler
 - Sozialstruktur (Einkommen, Bildung, Alter, Ausländer)
 - Bildungsangebote
 - Kulturelle Angebote (Musikleben, Jugendzentren, Kulturhäuser)
 - Freizeitangebote (Naherholung, Vereine)
 - Verkehrsanbindungen (ÖPNV)
 - Presse
 - Einzelhandel, Dienstleistungseinrichtungen
 - Kommunalpolitik
 - Stadtteilidentität
 - Einfluß benachbarter Orte und Stadtteile
 - lokale Probleme und Besonderheiten
- Datenquellen:
 - Statistische Ämter, IHK
 - Adreßverzeichnisse
 - Stadtteilzeitungen
 - Interviews mit Eingeborenen
 - Befragungen
- Bedeutung der Ergebnisse für die Positionsbestimmung der Bibliothek?

Trivial: Keine Hochschullehrbücher, wenn keine Hochschule.
 Wenn Hochschule: Lehrbücher für Studierende?
 Anteil der Kinder unter 15 Jahre = 15,6 %. Was folgt daraus für den Bestandsaufbau?
- Wenn man feststellt, daß die Eigentümerquote im Einzugsgebiet nur 10 % ist - was bedeutet dies für den Bestandsaufbau? Vielleicht: Marginale Größe, man kauft nur Mietrechtsratgeber. Aber vielleicht hat man von den 10 % Eigentümern 90 % als Benutzer erreicht, und von den 90 % Mietern hat man nur 10 % als Benutzer erreicht - dann stehen sich in der Benutzerschaft dieser Bibliothek einer 100.000-Ew-Stadt 9.000 Eigentümer und 9.000 Mieter gegenüber.

Leipzig: Anteil der Beschäftigten im Dienstleistungsbereich ist seit 1992 um ca. 50 % gestiegen. Was folgt daraus? Einschlägige Fortbildungsliteratur! Und sonst? Bei den Reisezeitschriften?

4.2 Konkurrenzanalyse

- Produktkonkurrenz : nicht Einzelprodukte, sondern Profile
- Angebotsmodalitäten : Preis, Öffnungszeiten, Service, Zugang
- Budgetkonkurrenz : wird relevant, wenn der Inhalt beim Konsumenten nicht von vornherein feststeht, sondern beeinflussbar ist: Lesen/Kino, Reisen/Wohnungsrenovierung, Einkaufsbudget, Freizeitbudget
- Problemlösungskonkurrenz : Was möchte der Benutzer? Nicht: Medien ausleihen, sondern: Unterhaltung, Weiterbildung, Urlaubsplanung...
- Imagekonkurrenz : Problem: Image der Bibliotheken
- Tabellen zur Konkurrenzanalyse: [Abbildungen 18-21](#)

4.3 Stärken-/Schächen-Analyse

- Alle Bereiche und Angebote der Bibliothek von der Beschilderung in der Stadt bis zur Bildschirmoberfläche des OPACs bewertend durchgehen
- Nutzerbefragung, Mitarbeiterbefragung: Vergleich. Aber: was nicht angeboten wird, können die Benutzer nicht entdecken; die Abstimmung mit den Füßen und die Meinungen differieren erheblich (vgl. Tabellen mit den informationslogistischen Rollen und darin die Ränge in der auf Befragung beruhenden Bewertung durch die Bevölkerung im Verhältnis zu Ausleihzahlen).

4.4 Nutzerpotentialanalyse

- Maximal 50 % der Einwohner als Entleiher (= 50 % der Bevölkerung lesen mind. 1 x pro Woche im Buch; 40 % hören mind. 1 x pro Woche Tonträger; 50 % der Bevölkerung kaufen überhaupt Tonträger; beide Gruppen zum größten Teil deckungsgleich), Durchschnitt: 15 %
- Maximal 90 % der Einwohner 5-15 Jahre als Entleiher
- Maximal 5 Bibliotheksbesuche/Jahr und Einwohner, Durchschnitt 2,6
- Maximal 10 Entleihungen/Jahr und Einwohner, Durchschnitt 6
- Maximal 20 % der Einwohner als Veranstaltungsteilnehmer, Durchschnitt 5 %
- wenig ergiebig für Positionsbestimmung, nützlich bei der Bildung von quantitativen Zielen

4.5 Marktsegmentierung

1. Definition des Marktes, z.B. Veranstaltungsarbeit der Bibliothek

2. Abgrenzung der Marktsegmente, z.B. Kinder, Senioren, Männer 30-45

3. Bewertung

Kinder: läuft sehr gut, weiter wie bisher

Senioren: viel Freizeit, ist relevante Gruppe unter unseren Nutzern, Programme könnten an der vorhandenen Programmarbeit anknüpfen

Männer 30-45: wenig Zeit, wenig Nutzer, keine genaue Vorstellung von Interessen

4. Auswahl des zu bearbeitenden Marktsegments: Senioren

5. Bearbeitung und Kontrolle: Programme entwickeln unter Beachtung der Interessen der Zielgruppe (Veranstaltungen am Nachmittag, Themen: Reisen, Gesundheit, Geld, Geschichte, Heimatkunde).

Kriterien:

1. Definition des Marktes: hängt ab von eigener Organisation (nicht: aller Leser), Ziel der Segmentation: Verbesserung der Stellung gegenüber den Konkurrenten

2. Abgrenzung der Marktsegmente: hängt ab von den Faktoren, die das Verhalten auf dem betr. Markt bestimmen:

soziale Schicht,

Familienzyklus,

geographische Kriterien,

Lebensstil, soziale Milieus,

Preisverhalten,

Informationsverhalten (welche Zeitschriften werden gelesen => wo inserieren)

Markenbindung.

Wichtig für Bibliotheken: Alter, Bildung, Zwecke der Mediennutzung (Freizeit instrumentell, Freizeit nichtinstrumentell, allgemeinbildend, berufliche Fortbildung, schulische Ausbildung, berufliche Ausbildung).

Bewertung: hängt ab von:

1. Was wissen wir über das Segment?

Welche Strategie wollen wir fahren = von unseren Zielen abhängig

2. Auswahl: Es liegt nahe, die Segmente zu wählen, bei denen mit dem geringsten Aufwand der beste Erfolg lauert.

3. Bearbeitung: Einsatz der Strategien

Wenig ergiebig für Positionsbestimmung, wichtig für die Festlegung qualitativer Ziele im einzelnen auf dem Hintergrund einer allgemeinen Schwerpunktsetzung

4.6 Portfolianalyse

- Ziel: gute Mischung aus Angebotsgruppen. Verfahren: Die Medienangebote und Dienstleistungen der Bibliothek nach den beiden Kriterien

Wachstumsaussichten und aktuelle Nachfrage in die vier Felder einsortieren. Keines der Felder darf zu stark besetzt sein. [Abbildung 22](#)

- Fragezeichen = für die Zukunft vielversprechende Medienangebote und Dienstleistungen mit wachsender Nachfrage, auch wenn sie gegenwärtig noch nicht überwältigend groß ist und wenn dieses Angebot zur Zeit noch unverhältnismäßig viel Aufwand macht, z.B. für Mitarbeiterschulung,
 - Stars = auch in Zukunft noch wachsende Angebote, nach denen bereits jetzt eine starke Nachfrage besteht, die wir auch in Zukunft bewältigen können, so daß wir hier mit überzeugender Qualität, aber vertretbarem Aufwand Leistungen erbringen,
 - Milchkühe = sichere Angebote mit starker Nachfrage, die aber keine Ausweitung mehr erwarten lassen, so daß wir sie mit wenig Arbeitsaufwand routiniert erbringen, z.B. Verzicht auf eigene Lektorierung, indem derartige Angebote ganz durch Standing Orders erzeugt werden
 - Arme Hunde = Angebote mit nachlassender Attraktivität und geringer Nachfrage, die wir bewußt abbauen, um Kapazitäten für vielversprechendere Angeboten freizuschaukeln.
- Medien im Bestand durchlaufen meistens einen Lebenszyklus in der Reihenfolge: Fragezeichen, Stars, Milchkühe, Arme Hunde. Den Anteil der Armen Hunde nicht zu groß werden lassen: eifrig makulieren. Bei unzureichendem Etat muß der Bestand schrumpfen.

4.7 Produkt-Märkte-Matrix

- Die Produkt-Märkte-Matrix beantwortet die Frage: Was tun, wenn eine weitere Marktdurchdringung (d.h. beispielsweise Steigerung der Benutzerzahl) nicht möglich erscheint? [Abbildung 23](#)
- Verfahren: Die Angebote der Bibliothek und ihre Zielgruppen nach den beiden Kriterien vorhandene / neu zu schaffende Angebote und vorhandene / neu zu gewinnende Zielgruppen in die vier Felder einsortieren. Aus der Zuordnung zum jeweiligen Feld ergibt sich eine der vier Strategien:
- 4 Strategien - Voraussetzungen beachten:
 - 1. Produktentwicklung, Produktverjüngung: durch ständige Neuzugänge, durch neue Medienarten für die vorhandenen Benutzer attraktiv bleiben (Voraussetzung: Mittel und neue Angebote, die die Nachfrage treffen)
 - 2. Marktentwicklung: mit den vorhandenen Angeboten neue Zielgruppen gewinnen (Voraussetzung: Angebote entsprechen der Nachfrage, gezielte Werbung)
 - 3. Diversifikation: mit neuen Angeboten auf neue Zielgruppen zugehen (Voraussetzung: Mittel, Nachfrage, Werbung)
 - 4. Marktdurchdringung: mit den vorhandenen Angeboten den vorhandenen Zielgruppen noch mehr vermitteln (Voraussetzung: außerordentliche Leistungskraft, durchschlagende Werbung).

5 Operative Ziele

- Man geht in folgender Reihenfolge vor:
 - Leitbild
 - Mehrjahresziele (strategische Ziele) - [Abbildung 24](#)
 - Jahresziele (operative Ziele)
 - Positive Maßnahmen formulieren und mit Name des Ausführenden und Datum der Erledigung versehen
 - Negative Maßnahmen (Worauf verzichten bzw. wo kürzertreten, damit die positiven Maßnahmen realisiert werden können?) formulieren und mit Name des Ausführenden und Datum der Erledigung versehen
- Bei jeder Dienstberatung die Tabelle vorlegen und den Fortgang abfragen

6 Der Beitrag der ÖB zur Stadtentwicklung

von Konrad Umlauf
Humboldt-Universität zu Berlin,
Institut für Bibliothekswissenschaft

konrad=umlau@ib.hu-berlin.de

<http://www.ib.hu-berlin.de>

Einleitung

Nicht überall erkennt die Kommunalpolitik von sich aus den Wert der Infrastruktureinrichtung Bibliothek, um deren Ressourcen und Potentiale sowohl für den Planungsprozeß zu nutzen wie im Sinn der kommunalpolitischen Ziele zu aktivieren. Umgekehrt muß gefragt werden, wieweit die Bibliotheken selbst in ihrer Profilsetzung und Schwerpunktbildung sich als Element der kommunalpolitisch gestalteten öffentlichen Infrastruktur zu erkennen geben.

Die Orientierung an allgemeinen bibliothekspolitischen Deklarationen reicht nicht aus, den Wert der konkreten Bibliothek gerade in dieser Gemeinde überzeugend darzulegen.

Sehr häufig ist es erst die Einführung des Neuen Steuerungsmodells, die die Bibliothek veranlaßt, im individuellen kommunalpolitischen Rahmen eine Platzierung des örtlichen Bibliotheksleitbildes und der lokalen Bibliotheksangebote vorzunehmen. Im Ergebnis können die kommunalen Bibliotheken ein klareres, aber auch individuelleres Profil gewinnen. Diese individuelle Profilierung wird nicht als nachteilig, sondern als erforderlich gesehen.

Wenn die Kommunalpolitik klare Zielaussagen und überzeugende Strategien von den kommunalen Bibliotheken gerade in Zeiten der Haushaltsrestriktionen erwartet, dann erwartet sie zu Recht bibliothekarische Antworten auf die jeweilige kommunale Gemengelage. Dabei darf die Bibliothek der Gefahr nicht erliegen, die vorhandene Infrastruktur nur quantitativ weiterzudenken. Vielmehr muß sie qualitativ gepflegt und weiterentwickelt werden.

Die Öffentlichen Bibliotheken sollten sich noch stärker als Teil der im Dialog mit Verwaltung und Bürgern gestalteten kommunalen Infrastruktur begreifen. Die hier vorgelegten Ausführungen sollen diese Zusammenhänge hervorheben und Wege aufzeigen, wie die Bibliothek in diesem Rahmen eine Platzierung des örtlichen Bibliotheksleitbildes und der lokalen Bibliotheksangebote vornehmen kann. Im Ergebnis werden die Öffentlichen Bibliotheken ein klareres, aber auch individuelleres Profil gewinnen können. Diese individuelle Profilierung wird nicht als nachteilig, sondern als erforderlich gesehen.

Stadtentwicklung als kommunale Aufgabe

Stadtentwicklungsplanung als Steuerungsinstrument der kommunalen Gesamtentwicklung kam in den 60er Jahren auf und erwies sich als primär quantitativ orientiertes Politikprogramm bald als Illusion: Die hochkomplexe Entwicklung mit ihren kaum überschaubaren und durch kommunale Politik oft auch wenig beeinflussbaren Faktoren und Interdependenzen schien sich einem umfassenden planerischen Zugriff zu entziehen. I

n dieser Phase legten auch die kommunalen Bibliotheken und ihre Verbände Planungspapiere vor, die vor allem quantitative Standards festlegten. Viele Städte verabschiedeten mehr oder minder verbindliche Bibliotheksentwicklungspläne, die Schritte zur Erreichung der mengenmäßigen Ausbauziele (Zweigbibliotheken, Personalstellen, Medieneinheiten u.v.a.m.) festlegten.

Seit Mitte der 80er Jahre sind an die Stelle umfassender und perfektionistischer Ansätze in der Stadtentwicklungsplanung solche Ansätze getreten, die mehr auf qualitativ formulierte Perspektiven und Szenarios setzen. Hintergrund dieses Wandels ist teils die Erkenntnis, das nicht alles, was man sich vorgenommen hat, finanzierbar erscheint, teils aber auch die Erfahrung, daß trotz erreichter Ausbauziele Größen wie Lebensqualität und Akzeptanz seitens der Bürger als nicht immer befriedigend wahrgenommen werden.

Dieses Planungsverständnis führt einerseits zur Konzentration auf Projekte, die in Hoffnung auf impulshafte Wirkungen beispielhaft in Angriff genommen werden, andererseits zu strategischen Ansätzen, bei denen offene Planungen in langfristiger Perspektive und unter Einbeziehung von Gruppen, Bürgern, Unternehmen als dauerhafter Prozeß der Selbstverständigung und Gestaltung in Angriff genommen werden.

Im Stadtmarketing versteht sich die Kommunalverwaltung als Dienstleister, orientiert sich die Kommunalpolitik schwerpunktmäßig an den Erfordernissen der Wirtschaftsförderung und bezieht in die Entwicklungsplanung in besonderer Weise privatwirtschaftliche Akteure mit ein.

Indessen wird immer deutlicher, daß der territoriale Zuschnitt der politischen Willensbildungs- und Entscheidungsstrukturen den wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Anforderungen und den finanziellen Möglichkeiten nicht mehr ganz angemessen ist. Teils sind die territorialen Zuschnitte zu groß für bürgernahe Planungen (Länder), teils sind sie vielerorts zu klein geworden (Kommunen).

So fallen die Kosten der Verkehrsinfrastruktur (Pendler), der hochwertigen, aber auch vieler alltäglicher kultureller Angebote und besonders der sozialen Transferleistungen schwerpunktmäßig den großen Städten zu, während die kleineren Umlandgemeinden und ihre Bürger an dieser Infrastruktur ohne Ausgleich der Lasten partizipieren.

Kooperation zwischen den Kommunen und zwischen Land und Kommunen ist gefordert, sei es in Gestalt von Zweckverbänden, von gemeinsamem Outsourcing der betreffenden Dienstleistungen oder einfacher Verwaltungsabsprachen. An die Stelle einer schematischen Aufgabenabgrenzung zwischen kommunaler und Landesebene muß eine abgestimmte und gemeinsame Wahrnehmung von Verantwortung treten.

Stadt ist auf Kommunikation hin angelegt. Kommunikation als Funktion der Stadt prägt Stadtbilder, in weiten Teilen ist Stadt gebaute Kommunikationsstruktur. Kommunikation wurde dabei stets als persönliche Begegnung zwischen Menschen verstanden.

Öffentlich wenig erörtert wurde bisher die Frage, was die rasante Entwicklung der Telematik für diese herausragende Funktion der Stadt bedeutet. Zwar setzt auch die Anwendung der Telematik eine räumliche Struktur voraus: vor allem ein qualifiziertes Arbeitskräftepotential, ferner ein Innovationsmilieu und eine Kultur der Kooperation und Kreativität, wie sie sich besonders in großen Städten entwickeln. Aber welche Rolle kommt öffentlichen Plätzen und Räumen zu, die traditionell auch oder sogar vor allem der Kommunikation zwischen physisch anwesenden Menschen dienten, wenn Kommunikation immer weniger die physische Nähe der Kommunikationspartner erfordert?

Ein weiteres wesentliches Element (nicht nur) der Stadt sind soziale Netzwerke. Sie fungieren als Bindeglied zwischen Individuen und dem sozialen Nahbereich einerseits und größeren sozialen Einheiten andererseits. Auch soziale Netzwerke dienen der Kommunikation und dem Informationsaustausch, nicht zuletzt dem Austausch von Gütern und Dienstleistungen. Schließlich artikulieren soziale Netzwerke Erwartungen hinsichtlich Normen und Werten in Gestalt von Zuwendung, Belohnung und Sanktionen.

Gerade in Städten - viel stärker als in ländlichen Gebieten - erfahren soziale Netze eine Enträumlichung: Man hat sein soziales Netz, aber die Partner in diesem Netz leben nicht nebenan, sondern mehr oder minder weit entfernt, in einem anderen Stadtteil, in einer anderen Stadt. Dank des Telefons und schneller Verkehrsverbindungen kann so ein selektives Netz seine ganze Funktion entfalten.

Indessen darf nicht übersehen werden, daß diese Enträumlichung sozialer Netze nur für Teile der Bevölkerung gilt, nur für bestimmte soziale Milieus für bestimmte Lebensphasen, insbesondere für Kinder nicht und für ältere Menschen weniger. Diese informellen Strukturen hat Stadtentwicklungsplanung bisher wenig oder gar nicht zum Gegenstand ihrer Überlegungen gemacht.

Unabhängig vom konkreten Planungsansatz oder -gegenstand ist die Gemeindevertretung in der Regel überfordert, detaillierte Planwerke, die sich auf die Entwicklung der gesamten Stadt oder sogar einer Region sowohl in räumlicher wie in fachlicher Dimension beziehen, auszuarbeiten oder auch nur in allen Einzelaspekten zu beurteilen. Sie ist aber gefordert, über Leitbilder zu entscheiden, die der Stadtentwicklungsplanung als strategische Orientierung vorgeordnet sein müssen.

Aus all dem ergeben sich vielfältige Anknüpfungspunkte auch für kommunale Bibliotheken. Sie werden im folgenden beleuchtet, nachdem ein Blick auf Trends und Ziele der Stadtentwicklung weitere Anknüpfungspunkte aufgezeigt hat.

Trends der Stadtentwicklung

Hier können nur - immer mit Blick auf die Bedeutung für kommunale Bibliotheken - einige wesentliche Trends der Stadtentwicklung der 90er Jahre angesprochen werden.

Entscheidender Entwicklungsfaktor ist heute das Wachstum des tertiären Sektors (Handel und Dienstleistungen). Stadtentwicklung muß dafür Räume schaffen, und zwar physische Räume (Flächen) wie auch mentale Räume, und diese Räume müssen in der Stadt "richtig" verortet sein. Freilich ist zu beachten, daß die Einkommen in Teilen der Dienstleistungsbranchen niedriger und Arbeitsbedingungen teilweise weniger komfortabel sind als in der Industrie.

Entscheidender Handlungsdruck für Gemeindevertretung und Verwaltung gehen heute und auch weiterhin vom Erfordernis der Haushaltskonsolidierung aus; die Verwaltungsmodernisierung wird dabei oft einseitig als Instrument der Haushaltskonsolidierung eingesetzt.

Weitere zentrale Themen der Stadtentwicklung sind die Belastung durch den wachsenden Individualverkehr, der Parkplatzmangel in den Städten und die kommunale Wirtschaftsförderung. Telearbeit wird, falls überhaupt nennenswerte Effekte eintreten, dem wachsenden Verkehrsaufkommen nicht gegensteuern können.

Die Wohnbevölkerung in den Städten schrumpft, während die Zahl der Arbeitsplätze in den Städten weiterhin zunimmt, wodurch anschwellende Pendlerströme erzeugt werden. In Ostdeutschland kommen hinzu: Stadterneuerung, Sanierung der Plattenbauten, Erneuerung der technischen Infrastruktur.

Ein zunehmendes Problem für die Entwicklung der Innenstädte stellt die räumliche Polarisierung statt: Überdachte Einkaufs- und Freizeitlandschaften sowie neue Gewerbegebiete entstehen außerhalb der traditionellen Einkaufs- und Arbeitsorte der Innenstädte und werden von den Verbrauchern massenweise in Anspruch genommen.

Kommerzielle Großanbieter von Spaßkultur treten teils in der Innenstadt, teils an nicht-integrierten Standorten auf (Multiplexkinos, Musichalls, Freizeitparks u.a.). Dadurch wird die Innenstadt mit ihrer charakteristischen Mischung aus Traditionssymbolen, Fachgeschäften, kulturell definierten Freizeitorten und Kommunikationsflächen entwertet und droht zu veröden.

Das Gewicht der Ballungkerne als Dienstleistungsstandorte geht zurück; dieser Trend wird durch Telearbeit möglicherweise verstärkt. Die durch Rationalisierung im Handel bewirkte Ausdünnung der Filialnetze erzeugt zusätzlichen Verkehr. Die Kooperation Stadt/Umland gewinnt an Bedeutung.

Eine verstärkte sozial-räumliche Segregation ist in den Städten zu beobachten, wenn auch dank Mieterschutz und sozialstaatlicher Regelungen bei weitem nicht in dem Ausmaß wie in einigen anderen Industriestaaten: Die soziale Durchmischung der Wohnbevölkerung in den Städten nimmt ab.

Einkommenschwächere Schichten wandern aus Altbaugebieten infolge der wegen Modernisierung steigenden Mieten ab. Sie ziehen u.a. in frei werdende Wohnungen im sozialen Wohnungsbau, wo wiederum steigende Fehlbelegungsabgaben bewirken, daß der Mietabstand zu Vierteln mit freien Mieten und der Abstand zur Finanzierung von Wohnungseigentum vor den Toren der Stadt geringer werden, so daß einkommenstärkere Haushalte ihrerseits dorthin abwandern.

In Verbindung mit der sozial-räumlichen Segregation sammeln sich sozial marginalisierte Bevölkerungsgruppen (Armutsflüchtlinge aus anderen Ländern, verarmte Inländer) bevorzugt in den von Verödung bedrohten Innenstädten.

Zur sozial-räumlichen Segregation trägt auch die wachsende Neigung bei, sich bevorzugt in den eigenen, sozial, kulturell und/oder ethnisch definierten Lebenswelten zu bewegen. Die Gefahr einer Ghettoisierung von Stadtvierteln wird bereits beschworen.

Einerseits setzen Politik, Wirtschaft und Verwaltungen Humanressourcen frei, die brach liegen zu lassen sich keine Gesellschaft leisten kann. Andererseits ist es höchst unwahrscheinlich, daß es in Zukunft möglich sein wird, aus der Produktivität des immer kleiner werdenden Bevölkerungsanteils Erwerbstätiger wachsende soziale und kulturelle Leistungen der öffentlichen Hände und zunehmende soziale Transferzahlungen zu finanzieren - wächst doch mit der Höhe der steuerlichen Lasten und der sozialen Beiträge auch der offene und verdeckte Unmut, sie zu zahlen.

Erforderlich sind neue Modelle der Verteilung von Arbeit und der Beschäftigung auch außerhalb der Erwerbsarbeit.

Städtebauliche Monumente und identitätsstiftende Inszenierungen (z.B. Umzüge; Stadtfeste in und vor dem großzügig als architektonisches Highlight errichteten Rathausneubau) sind teils kaum noch finanzierbar, teils verlieren sie an Aktualität und Symbolgehalt angesichts der sozialen Polarisierung. Zukünftig können alltägliche Arten der Stadtnutzung und ihnen entsprechende öffentliche Gebäude an Bedeutung gewinnen.

Die öffentliche Debatte um Stadtplanung und Stadtentwicklung war in den 80er Jahren oft einseitig auf wenige bauliche Großprojekte, die freilich an ihrem Standort prägende Wirkungen entfalteten, konzentriert. Die wirkliche Entwicklung war viel stärker bestimmt durch eine sozialpolitisch motivierte behutsame Stadterneuerung mit Bürgerbeteiligungen, Wohnumfeldverbesserungen, neuen Formen der Blockbebauung und einer Wiederentdeckung des Verhältnisses von Hof und Straßenraum. Hieran kann die aktuelle Stadtplanung anknüpfen.

Nicht weniger einseitig hat sich die Standortdebatte auf die Ansiedlung von Großunternehmen konzentriert. Infolge ihrer Kapitalkraft, der Mobilität der Arbeitskräfte, eines allgemein hohen Qualifikationsniveaus und der niedrigen Transportkosten verfügen sie in der Tat über weitgehende Wahlfreiheit der Standorte.

Die Masse der Beschäftigten arbeitet indessen in kleinen und mittleren Betrieben. Ein Teil des Einzelhandels, Handwerk und kleinere Dienstleistungsunternehmen sind stark standortgebunden, u.a. wegen der erforderlichen Nähe zu den Kunden. Bei inhabergeführten Unternehmen spielt die räumliche Nähe zum persönlichen Umfeld des Inhabers eine maßgebliche Rolle. Es geht nicht nur um Ansiedlung von Großunternehmen, sondern auch darum, Unternehmen in der Stadt zu halten. Handlungskonzepte der Städte im Hinblick auf die Förderung von Dienstleistungen in der Stadt und die Entwicklung des vorhandenen Dienstleistungspotentials sind unterentwickelt.

Ziele der Stadtentwicklung

Die Zielsetzung der kommunalen Kulturpolitik war besonders in den 70er Jahren, der Unwirtlichkeit der Städte eine neue urbane Qualität entgegenzusetzen. Statt Autos und Kommerz sollte wieder der Mensch im Mittelpunkt der Stadt und ihrer Einrichtungen stehen. Die Innenstädte sollten Treffpunkt werden, Orte der Begegnung und der Kommunikation sein.

Dazu bedurfte es Einrichtungen wie der Öffentlichen Bibliotheken: Ruhepunkte und Begegnungsstätten, Orte des Austauschs außerhalb rein kommerziell bestimmter Zusammenhänge. Diese Zielsetzung ist aktueller als je zuvor. Aber die Stadtentwicklungspolitik sieht sich heute einem ganzen Bündel von Zielen gegenüber:

Vordringlich erscheint die Entwicklung kommunaler Leitbilder. Sie heben spezifische Stärken hervor, verdeutlichen aber auch Schwächen und geben so die Leitidee zum Ausbau der Stärken und zum Ausgleich der Schwächen. Sie dienen sowohl der Selbstdarstellung nach außen wie auch als Leitstern nach innen.

Das gesamte gesellschaftliche, ökonomische, politische, kulturelle und soziale Leben spielt sich letztlich auf der Ebene der Kommunen ab. Sie müssen finanziell Handlungsfähigkeit wiedergewinnen und sich funktionell behaupten als: Mittelpunkt der Verständigung und der Kommunikation, als Schule der Demokratie, als Ort der gesellschaftlichen Partizipation, des sozialen Austauschs und der materiellen Existenzsicherung.

Eine Vielfalt an Struktur, Funktion und baulicher Gestalt in der Stadt hat sich als fruchtbar und segensreich für die Entwicklung der Städte und ihrer Bürger erwiesen. Diese Vielfalt zu erhalten, zu entwickeln und zu gestalten ist wichtiges Ziel der Kommunalpolitik. Eine gemäßigte, nicht zu kleinräumige soziale, demographische und ethnisch-kulturelle Mischung erscheint vielversprechend.

Stadtteile sollen in ihrer historischen Gestalt, ihren lokalen Traditionen und mit ihren sozialen Netzen identifizierbar sein und Identifikationsmöglichkeiten bieten.

Vielfalt möglich machen, heißt auch, durch Stadtgestaltung sowie Abstimmung mit privatwirtschaftlichen Akteuren undkj Bewohnern vielfältige Nutzungs- und Partizipationsmöglichkeiten erhalten und eröffnen: Aktionsangebote, Treffpunkte, Flaniermeilen, Grünzüge, quartierspezifische Selbstorganisation, Nachbarschaftsläden, geeignete kulturelle, soziale und technische Infrastrukturen, städtische und naturbezogene Erfahrungs- und Erlebnisräume, Übergänge zwischen privaten, halböffentlichen und öffentlichen Räumen.

Innerstädtische, regionale und sektorale Entwicklungsplanungen müssen aufeinander abgestimmt sein.

Angesichts der begrenzten finanziellen Potentiale der Kommunen und ihrer beschränkten rechtlich-administrativen Möglichkeiten tritt die Rolle der Kommunalpolitik als Initiator und Moderator hervor.

Die Rolle der kommunalen Bibliotheken in der Stadtentwicklung

Kommunale Bibliotheken können nicht das Allheilmittel und schon gar nicht der Reparaturbetrieb für die oben angerissenen Probleme der Stadtentwicklung sein. Aber sie können im Kontext einer klugen Kommunalpolitik, die die Potentiale der vorhandenen Infrastruktur aktiviert und koordiniert, eine Wirksamkeit entfalten, die weder sie selbst noch die lokale Verwaltungsspitze bisher deutlich genug erkannt haben.

Generell hängt das Funktionieren von Stadt an einer Vielzahl von Faktoren; allein die Aufzählung dieser Faktoren verdeutlicht, wo der kommunalen Bibliothek konkrete Aufgaben zufallen:

- ausreichende Flächen,
- Infrastruktur (Kommunikation, Transport, Bildungs- und soziale Einrichtungen),
- Faktor Arbeit (Wohnungsangebot, Gesundheit und Wohlbefinden, allgemeine Bildung und Berufsqualifikation, Freizeitmöglichkeiten).

Aber die Bibliothek kann sich nicht ganz allgemein auf bibliothekarische Aufgaben beziehen. Sondern sie muß aus den in der [Tabelle](#) (im Anschluß an diesen Text) dargestellten Funktionen von Bibliotheken der 1. und 2. Stufe einen auf die konkrete Stadtentwicklung bezogenen Ausschnitt gestalten.

Bei den folgenden Aspekten geht es keinesfalls um die Aussage, daß der Aufgabenkatalog der kommunalen Bibliothek länger werden solle oder die einzelne Bibliothek die angesprochenen Funktionen allesamt wahrnehmen müsse. Vielmehr sind die Bibliotheken aufgerufen, ihr Profil zu schärfen, und zwar im selektiven Kontext der jeweiligen Leitidee der Stadtentwicklung.

Auf dem Hintergrund der Standortdebatte haben auch die kommunalen Bibliotheken sich als Standortfaktor definiert. Dies ist grundsätzlich berechtigt, darf aber nicht zu einer Überschätzung oder Fehlplatzierung führen.

Tatsächlich sind kulturelle und Freizeitangebote am Standort je nach Branche und Betriebsgröße von sehr unterschiedlicher Bedeutung. Generell sind kulturelle und Freizeitangebote von stark nachgeordneter Bedeutung bei Standortentscheidungen; sie spielen eine gewisse Rolle für:

- Versicherungen,
- Kultur-/Sport-/Unterhaltungsbetriebe und -anbieter,
- Organisationen ohne Erwerbszweck, die nicht für Unternehmen tätig sind,
- Dienstleister für Unternehmen,
- das Verlagsgewerbe,
- Einrichtungen der Wissenschaft, Forschung und Bildung,
- Unternehmen der Bewirtschaftung,
- Unternehmen und Freiberufler auf dem Gebiet Recht, Steuerberatung, Wirtschaftsberatung und -prüfung.

Im Rahmen von Ansiedlungsstrategien derartiger Betriebe und einer systematischen Politik, derartige Betriebe am Standort zu halten, kann das Standortargument hinsichtlich der kommunalen Bibliothek eine überzeugende Rolle spielen. Zu bedenken ist, daß größere Einrichtungen dieser Art, sei es eine neu zu gründende Fachhochschule, sei es die Zentrale eines großen Verbandes, in der Regel ihre Spezialbibliotheken mitbringen. Aber hier können Profilierung und Kooperation der kommunalen Bibliothek ein nicht zu unterschätzender Faktor werden. Vor allem kommt es darauf an, daß die kommunale Bibliothek frühzeitig in Planungsprozesse einbezogen wird.

Im Rahmen einer Politik der Bündelung von Kräften bietet sich für die kommunale Bibliothek die Rolle des Initiators und Moderators im Netzwerk der lokalen und ggf. regionalen Akteure an, und zwar vor allem auf den Feldern:

- Kultur, insbesondere Kinder-, Alltags- und Soziokultur,

- Bildung und lebenslanges Lernen, besonders Erwachsenenbildung und berufsorientierte Fortbildung.

Eine Reihe von Bibliotheken, vor allem in Klein- und Mittelstädten, ist in diese Rolle bereits hineingewachsen. Sie reicht von der Koordinierung der Termine der Kulturveranstalter der Stadt und in der Stadt über die Aufbereitung aller lokalen und regionalen Weiterbildungstermine im World Wide Web bis hin zur Initiierung und Moderierung von Ideenbörsen und kooperativen Konzepten aller beteiligten Partner.

Diese Rolle könnte kommunalpolitisch aufgewertet und ausgebaut werden. Freilich erfordert dies, daß die Bibliothek sich zu dieser Rolle bekennt und daraus ihr Profil gewinnt.

Dies verbindet sich mit der Erkenntnis, daß kulturelle und Freizeitangebote zwar nur in geringem Maß standortentscheidenden Einfluß haben, daß aber vorhandene und entwicklungsfähige Qualifikationen der Arbeitnehmer eine wichtige Rolle spielen.

Hierbei ist nicht nur an berufsspezifische Qualifikationen zu denken (wie etwa je nach Branche neueste Kenntnisse in Webdesign oder Finanzdienstleistungen), sondern vor allem an prozeßunabhängige Schlüsselqualifikationen wie:

- Innovationsbereitschaft,
- Kreativität,
- Problemlösungsfähigkeit,
- Fremdsprachenkenntnisse,
- Transfervermögen oder
- kommunikative Kompetenzen und Teamfähigkeit.

Diese werden zwar auch durch innovative und partizipative Freizeit- und Unterhaltungsangebote gefördert, besonders wichtig ist aber hier ein einschlägiges, ausreichend großes und differenziertes Medienangebot. Dieses wird in der Regel nicht durch zusätzliche Mittel, sondern durch Umprofilierung der Bestände zu schaffen sein.

In der zweiten Hälfte der 90er Jahre stürzen sich die deutschen Kommunen geradezu ins World Wide Web. In nicht wenigen Kommunen ist die erforderliche Qualifikation schwerpunktmäßig in der Bibliothek vorhanden und kann für die Kommune insgesamt fruchtbar gemacht werden. Traditionell finden die Bürger in der Bibliothek Information über die Stadt und aus der Stadt mit all ihren Akteuren in der Bibliothek - und nun kommt es darauf an, einen öffentlichen, nachvollziehbar strukturierten Zugang zum digitalen Auftritt aller für die Entwicklung der Stadt relevanten Partner zu schaffen.

Die Bibliothek sollte die Beteiligung an dieser neuen Aufgabe, sei es als ein Partner unter anderen, sei es als Koordinator oder in kleinen Städten sogar als Alleinveranstalter, nicht als zusätzliche Belastung zum Alltagsgeschäft werten, sondern ihren Part übernehmen, wenn es darum geht, die eigene Kommune, deren Teil die Bibliothek ist, in die Zukunft zu führen.

Der städtische Raum lebt von Übergängen und Verbindungen zwischen privaten und öffentlichen Räumen, zwischen lebhaften und ruhigen Zonen, von den Möglichkeiten der persönlichen Kommunikation und der Begegnung. Nach wie vor bieten kommunale Bibliotheken hierfür ideale Voraussetzungen. Kaum eine andere kommunale Einrichtung erreicht so viele Besucher; im allgemeinen kann man von jährlich zwei bis drei Besuchern pro Einwohner ausgehen. Freilich sind die Bibliotheken aufgefordert, Wege zur deutlichen Verlängerung ihrer Öffnungszeiten zu finden, um jene Funktionen zu stärken.

Durch Lesecafés, großzügige Flächen mit vielfältigen Aufenthalts- und Nutzungsmöglichkeiten von der Schmökerecke bis zum Internetarbeitsplatz, vom Spielort für die ganze Familie bis zum Arbeitsraum für eine selbstbestimmte Lerngruppe bieten kommunale Bibliotheken hier bereits sehr viel. So können sie sich als Nukleus sozialer Netzwerke präsentieren.

In diesem Sinn können Bibliotheken zur Wiedergewinnung von Urbanität beitragen.

So vielfältig wie die Städte und die Stadtviertel müssen kommunale Bibliotheken sein. Es ist - abgesehen vielleicht von Kleinstädten - nicht zu erwarten, daß ein und dieselbe Bibliothek das ganze Spektrum der sozialen Netze und der Lebenswelten umspannen kann, weder von der Finanzierbarkeit her noch von der Orchestrierung der Zielgruppen.

Eine in Erscheinungsbild, medialem Angebot und Dienstleistungen deutliche Differenzierung zwischen Zentralbibliothek und Zweigbibliotheken, ebenso aber von Zweigbibliothek zu Zweigbibliothek wird das Bild zukünftig noch stärker bestimmen als heute. Der urbanistische Lebensstil in der City, die familienorientierte Lebensweise am Stadtrand, die Platzierung der Bibliothek als lebendiger Freizeitort für erlebnishungrige Jugendliche aus den ereignis- und angebotsarmen Vorstädten, neue Formen der Kooperation mit Freizeit- und Bildungseinrichtungen erfordern eine neue Vielfalt bibliothekarischer Dienste, Produkte und Arbeitsweisen.

Möglicherweise geht die Differenzierung so weit, daß manche kommunale Zweigbibliothek mehr als Spezialbibliothek für eng umrissene Benutzergruppen erscheint, während in anderen bibliothekarischen Einrichtungen derselben Stadt das Medienangebot nicht mehr im Mittelpunkt der bibliothekarischen Arbeit steht, sondern die Strukturierung von Informationen, die nur noch im Internet zugänglich sind, oder die Organisation von Foren mit lokalen Bürgergruppen. Auch die zunehmende Verlagerung von Informationen in Datennetze legt es nahe, daß einzelne Bibliotheken den Akzent nicht mehr auf das Angebot physischer Medien legen.

Bibliotheken als Kulturveranstalter weisen häufig eine Nähe zur Alltags- und Soziokultur auf, schon weil weder die meisten Bibliotheksräume und ihre Ausstattung noch die Arbeitsteilung zwischen den kommunalen Einrichtungen im Kulturbereich der Bibliothek die Rolle des Veranstalters kultureller Großereignisse zuweisen. Damit gewinnen sie die Chance, der drohenden Entgegensetzung von Kultur und Sozialem entgegenzuwirken und der identitätsstiftenden und integrierenden Kraft der Kultur wieder stärker zur Geltung zu verhelfen.

Die Einbeziehung der Bibliothek in soziale Netze bedeutet auch, daß die Bibliothek den Nutzern nicht als dienstleistender Apparat entgegentritt, sondern von den Bürgern mitgestaltet wird. In dem Maß, in dem teils freiwillig, teils unfreiwillig die Freizeit zunimmt, wächst der Druck, diese Freizeit mit sinnstiftenden Beschäftigungen zu füllen und nicht nur traditionell im Sinn von Erholung und Ablenkung zu verstehen, eine Vorstellung von Freizeit, die aus dem Zeitalter schwerer körperlicher Arbeit stammt.

So wenig man sich vorstellen kann, daß vollprofessionelle und hochspezialisierte Informationsdienstleistungen in Bibliotheken ehrenamtlich

erbracht werden, so sehr erscheint es sinnvoll, an Aufgaben von Bibliotheken in Wohnquartieren wie gerade die kulturellen und sozialen Aufgaben die Bürger als Volunteers zu beteiligen. Dies kann die Verankerung der Bibliothek im lokalen Umfeld stärken. Diese Beteiligung darf jedoch nicht als bloße Abwälzung von Kosten in Form von unbezahlter Arbeit mißbraucht werden.

Zugleich müssen die Bibliotheken, schon um Kapazitäten für die Verlängerung der Öffnungszeiten freizubekommen und mit finanziellen Zwängen umzugehen, in noch nicht dagewesener Weise Fremdleistungen, konfektionierte Vorarbeiten für ihre Dienstleistungen einsetzen (Verringerung der Fertigungstiefe und Konzentration auf unmittelbar kundenbezogene Dienstleistungen). Die Rationalisierungspotentiale in den meisten Bibliotheken sind bei Beibehaltung der herkömmlichen Arbeitsweisen, d.h. auch mit massivem EDV-Einsatz, ausgeschöpft.

Wahrscheinlich sind die entwickelten und von Bibliotheksfachfirmen angebotenen Fremdleistungen und Vorarbeiten noch nicht optimal auf den jeweils örtlichen Bedarf zugeschnitten. Hier ist auch Entwicklungsarbeit erforderlich. Stichwörter sind: Optimierung von Dienstleistungen zur Medienauswahl (Standing Orders), mehrdimensionale Erschließungsdaten, die lokal selektiv verwendet werden, kooperative Entwicklung digitaler Bibliotheken, aber auch endgültige Verabschiedung bibliothekarisch-individueller Bearbeitungsvarianten bei physischen Medien.

Bibliotheken sind Publikumsmagneten und sie sind gemeinnützige Einrichtungen. Damit sind sie gut geeignet, im Rahmen großangelegter Bauplanungen etwa bei der Überbauung ehemaliger innerstädtischer Bahngelände eine Schlüsselstellung zu gewinnen.

Als Publikumsmagnet garantieren sie eine Belebung sonst von Verödung bedrohter Quartiere und Passagen, sofern nicht eine stadträumlich und verkehrstechnisch nachteilige Lage der Bibliothek auf diese selbst zurückfällt.

Als gemeinnützige Einrichtungen sorgen Bibliotheken für die erforderliche Angebotsvielfalt und Durchmischung in sonst rein kommerziell genutzten Erlebnis-, Freizeit- und Einkaufszentren.

Tabelle Funktionen von Bibliotheken der 1. und 2. Stufe

Aufgaben der Öffentlichen Bibliotheken nach *Bibliotheken* '93

(Funktionsstufe 1 sind Bibliotheken in Orten mit ca. 5.000 bis 100.000 Einwohnern und Zweigbibliotheken; Funktionsstufe 2 sind die Zentralbibliotheken in Großstädten)

Aufgaben	Erläuterungen, Beispiele für relevante Medienangebote	Funktionsstufe
Die professionelle und systematische Befriedigung der Informationsbedürfnisse der gesamten Bevölkerung, darüber hinaus als wichtigste Funktion die Deckung der Informationsbedürfnisse relevanter Zielgruppen in Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur-, Bildungs- und sozialen Institutionen, insbesondere für:	Der Bestand soll kein Sammelsurium von Medien sein, sondern die ausgewählten Medien sollen in einem sinnvollen Zusammenhang untereinander stehen und auf den Bedarf der Zielgruppen ausgerichtet sein.	Stufe 1: Grundbedarf der gesamten Bevölkerung, Stufe 2: darüber hinaus den gehobenen Bedarf ausgewählter Zielgruppen
<ul style="list-style-type: none"> Teilnahme am öffentlichen Leben, bürgerschaftliches und politisches Engagement 	vor allem Zeitungen, politische Magazine, Stadt- und Programmzeitungen, Medien zur politischen Meinungsbildung, z.B. politische Materialien zur Stadtplanung, Gemeinderatsdrucksachen	Stufe 1 und Stufe 2 gleichermaßen
<ul style="list-style-type: none"> schulische und berufliche Ausbildung 	schul- und ausbildungsrelevante Materialien wie z.B. Lehrbücher, Trainingsdisketten, Lektüren, Berufswahl-Ratgeber	Stufe 1: Grundbedarf mit Blick auf die Schulen und Ausbildungsrichtungen am Ort, Stufe 2: gehobener Bedarf auf dem Level der Sekundarstufe II, teilweise auf dem Level des tertiären Bildungssektors
<ul style="list-style-type: none"> Berufsausübung, berufliche Fortbildung 	berufliche Fachliteratur und Fachzeitschriften, digitale Wirtschaftsinformation	Stufe 1: Grundbedarf Stufe 2: gehobener Bedarf
<ul style="list-style-type: none"> allgemeine Weiterbildung 	populäre Sachbücher und Zeitschriften, Infotainment-CD-Roms, Programmverzeichnisse von Weiterbildungsträgern	Stufe 1 und 2 gleichermaßen
<ul style="list-style-type: none"> Persönlichkeitsentwicklung und Sinnorientierung 	Psychologische Ratgeber, künstlerische Anleitungen, Esoterik-MCs, philosophische Schriften	Stufe 1 und 2 gleichermaßen

• Alltagsmanagement	Ratgeber, Verbraucherinformation, Erziehungshilfen, Broschüren von Krankenkassen, Finanzamt, Verbänden	Stufe 1 und 2 gleichermaßen
• Hobby und Freizeit	Reiseführer, Hobbyanleitungen, Unterhaltungsromane, Musikoträgern	Stufe 1 und 2 gleichermaßen
• wissenschaftlich orientierte Betätigung	wissenschaftliche Bücher, Zeitschriften, Bibliographien	Stufe 2
Orientierung in der Medienvielfalt und die Verknüpfung der elektronischen mit den Printmedien durch multimediale Angebote	Verzeichnisse lieferbarer Bücher und anderer Medien, integrierte Aufstellung der verschiedenen Medienarten	Stufe 1 und 2 gleichermaßen
der allgemein-öffentliche Zugang zu allen, insbesondere auch zu neuen Medientechnologien die Bibliothek fordert zum kreativen Mediengebrauch heraus	20 % audiovisuelle und digitale Medien, Anschlüsse an Datennetze, Geräte zum Ausprobieren neuer Medien	Stufe 2 Stufe 1 in Auswahl
Leseförderung durch Schaffung geeigneter Medienangebote und die Kooperation mit Schulen, Kindergärten und anderen Einrichtungen der Leseerziehung	Kinder- und Jugendbücher und andere -medien	Stufe 1 und 2 gleichermaßen
Förderung des individuellen Lernens und des Lernens in Gruppen durch geeignete Raumangebote	ruhige Arbeitsmöglichkeiten (Tische, Stühle, Licht) für Benutzer Räume für Gruppen	Stufe 1 und 2 gleichermaßen
Kulturarbeit in der Kommune, insbesondere: Ausstellungen, Veranstaltungen, Literatur- und Kunstförderung	Diese Aufgabe wird in mehr oder minder enger Verzahnung mit dem Bestand wahrgenommen.	Stufe 1 und 2 gleichermaßen
Unterstützung freier Kulturarbeit und bürgerschaftlichen Engagements durch Kooperation mit örtlichen und regionalen Initiativen	Diese Aufgabe wird in mehr oder minder enger Verzahnung mit dem Bestand wahrgenommen.	Stufe 2 Stufe 1 in Auswahl
die Integration unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen durch Information und Kommunikation	Medien und Veranstaltungen, die sich in Thema und Sprache an die zu integrierenden Bevölkerungsgruppen richten	Stufe 2: differenzierte fremdsprachige Medienangebote zur Vermittlung von Fremdsprachenkenntnissen <ul style="list-style-type: none"> • für Menschen mit deutscher Muttersprache, • für Migranten, die Deutsch lernen wollen, • für ausländische Mitbürger, die in ihrer Heimatsprache lesen und hören möchten

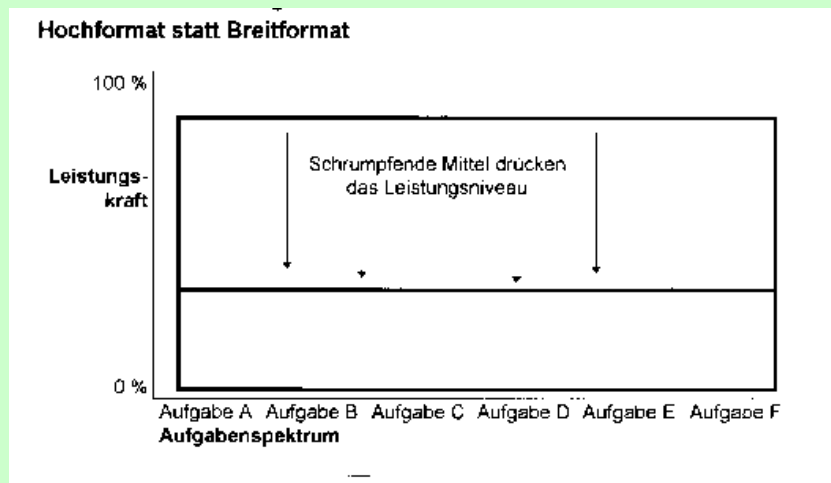
7 Literatur

Umlauf (1997d), Konrad: Bestandsaufbau an öffentlichen Bibliotheken. Frankfurt a.M.: Klostermann (Das Bibliothekswesen in Einzeldarstellungen).	Erläutert bes. die Informationslogistischen Rollen; Zielbeschreibungen für den Bestandsaufbau (Arbeitsbogen für Lektoren), Instrumente zur Umsetzung, Controlling
Betriebsvergleich an Öffentlichen Bibliotheken: Band 1 (1997): Empfehlungen und Arbeitsmaterialien für ein output-orientiertes Berichtswesen / hrsg. von Marga Pöhl und Bettina Windau. Bearb. Von Ursula Pantenburg und Kerstin Schmidt. - Gütersloh: Verl. Bertelsmann Stiftung.	Indikatoren für Betriebsvergleiche und Verfahren zu ihrer Anwendung
Betriebsvergleich an Öffentlichen Bibliotheken: Band 2 (1997): Meßergebnisse - Richtwerte - Handlungsempfehlungen / hrsg. von Bettina Windau. Bearb. Von Ursula Pantenburg. - Gütersloh: Verl. Bertelsmann Stiftung.	Meßergebnisse aus den teilnehmenden 18 Bibliotheken
Umlauf (1997i), Konrad: Bibliotheksmarketing. Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft und	Erläutert alle Marketingmethoden in Anwendung auf Bibliotheken

Bibliothekarausbildung. 34).	
Politik für Öffentliche Bibliotheken (1998). Hrsg. von Umlauf, Konrad, Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände, Plattform Öffentliche Bibliotheken. Bad Honnef: Bock + Herchen (Bibliothek und Gesellschaft).	Aufsätze von Kommunalpolitikern, die Erwartungen an die ÖB formulieren und Schwerpunktsetzungen fördern
Setting Objectives for Public Library Services (1991). London: HSMO (Library Information Series. Office of Arts and Libraries. No. 19).	Verfahren der Aufstellung von Leitbildern und Formulierung von Zielen mit Beispielen
Planning and Role Setting for Public Libraries (1987). A Manual of Options and Procedures. Charles R. McClure ... Chicago, Ill.: American Library Association.	Rollendefinitionen
Palmour (1980), E. Vernon: A Planning Process for Public Libraries. Chicago: Chicago, Ill.: American Library Association.	Verfahren der Formulierung von Zielen in hierarchischer Staffellung
Grabow (1995), Busso; Henckel, Dietrich; Hollbach-Grömig, Beate: Weiche Standortfaktoren. Stuttgart: Kohlhammer (Schriften des Deutschen Instituts für Urbanistik. Bd. 89).	Behandelt u.a. die Rolle von Bildern (Images) bei der Beurteilung von Städten
Bretschneider (1997), Michael: Probleme der Städte aus Sicht der Stadtentwicklungsplanung. In: Der Städtetag 50, 1, S. 3-7.	Behandelt u.a. Probleme aus Sicht der Bürger u.d. Verwaltung im Vergleich
Junker (1997), Rolf: Zwischen Leitbild und Realität. In: Der Städtetag 50, 1, S. 8-13.	Trends der Stadtentwicklung, Erwartungen der Bürger an die Innenstädte
Guthardt (1997), Wolfgang: Die Entwicklung eines Stadtleitbildes. In: Der Städtetag 50, 6, S. 408-410.	Praxisbericht über die Aufstellung eines kommunalen Leitbildes mit öffentlicher Beteiligung
Rehfeld (1997), Dieter: Was wissen wir über erfolgreiche Regionen? In: Stadtforschung und Statistik, H. 1, S. 39-50	Der territoriale Zuschnitt der polit. Willensbildungs- und Entscheidungsstrukturen ist den Anforderungen nicht mehr angemessen. Funktion von Leitbildern im polit. Prozeß.
Fleming (1997), Arend: Modernes Management in der Öffentlichen Bibliothek. In: Der Städtetag 50, 9, S. 604-608.	Schema für den Inhalt eines Kontraktes zwischen Bibl. u. Verwaltungsspitze im Rahmen des Neuen Steuerungsmodell
Knorr (1995), Gerhard: Die Rolle der Bibliotheken im Zeitalter des Internet. In: NfD 46, S. 231-240.	Tendenzen bei den bibliothekarischen Arbeitsinhalten
Entscheidungsfelder städtischer Zukunft (1997). Von Henckel, Dietrich u.a. Stuttgart: Kohlhammer (Schriften des deutschen Instituts für Urbanistik. 90).	Aufriß der aktuellenProbleme und Trends der Stadtentwicklung
Funke (1997), Ursula: Vom Stadtmarketing zur Stadtkonzeption. 2. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer (Neue Schriften des Deutschen Städtetages. 68).	Maßgebliche Einführung
Franken (1997), Klaus; Hätscher, Petra: Ziele 1997. In: Bibliothek aktuell - Heft 69 (15. April 1997), Seite 21-25 = http://www.uni-konstanz.de/ZE/Bib/ba/ba6906.htm	Ziele der UB Konstanz und ihrer Abteilungen

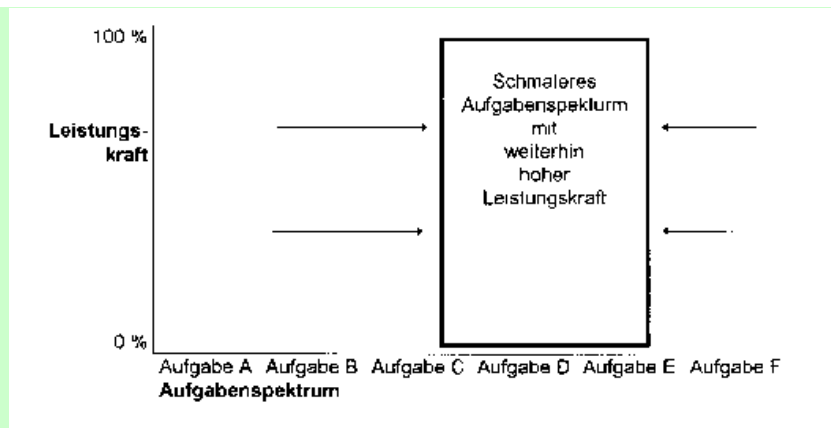
8 Abbildungen

8.1 Abbildung 1



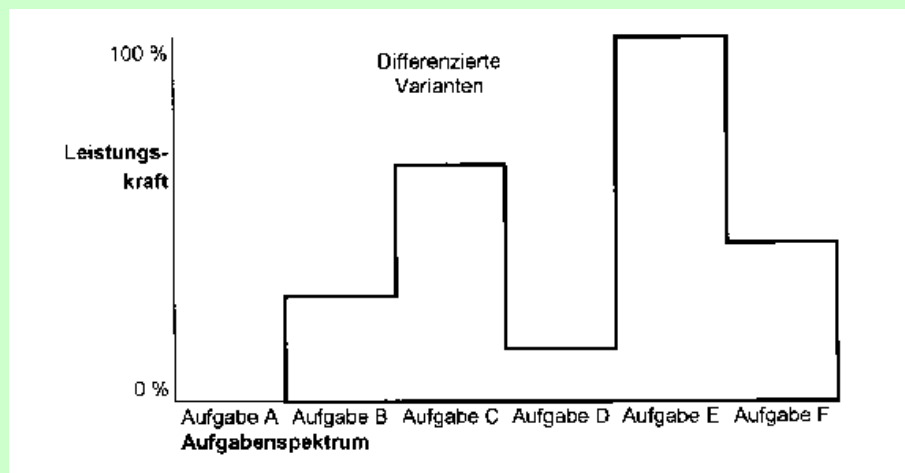
[zurück zum Kapitel 1](#)

8.2 Abbildung 2



[zurück zum Kapitel 1](#)

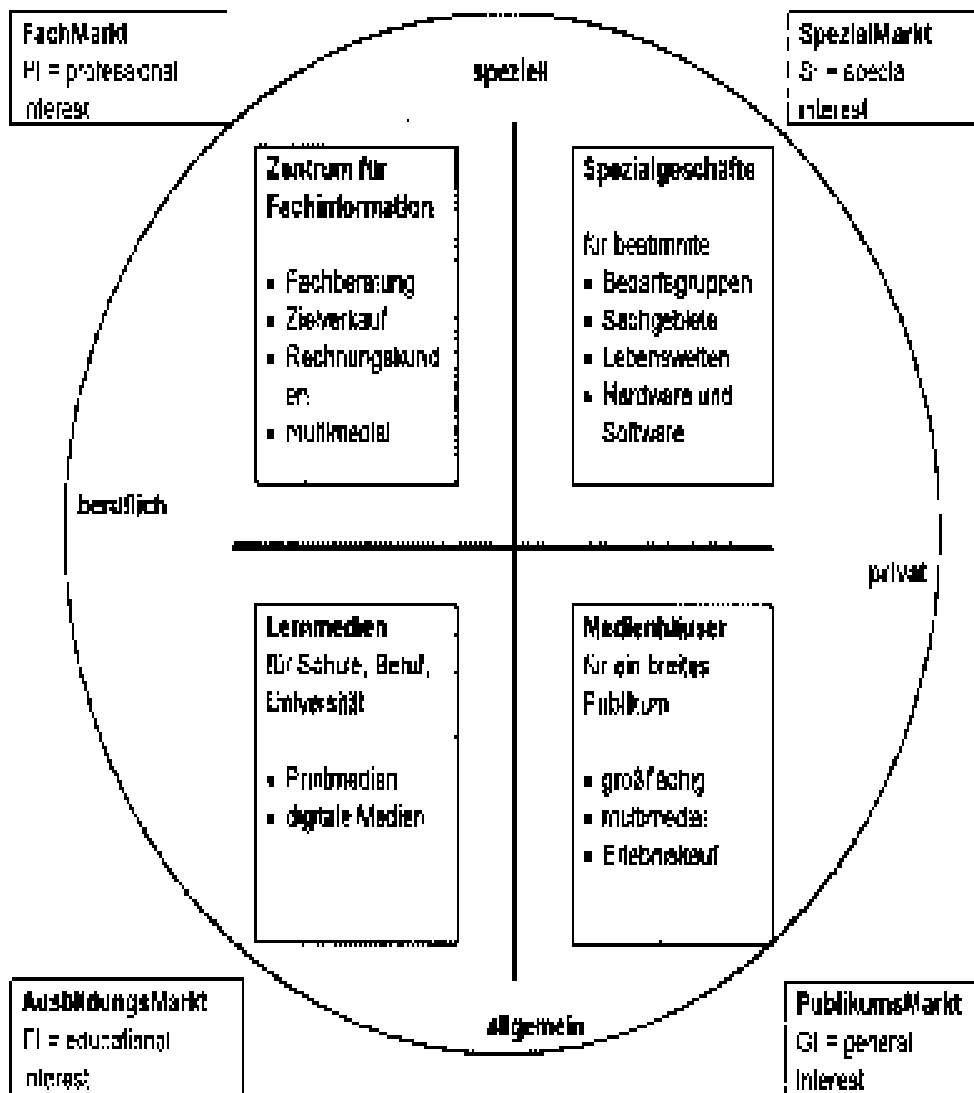
8.3 Abbildung 3



[zurück zum Kapitel 1](#)

8.4 Abbildung 4

Profilierungen im Buchhandel



[zurück zum Kapitel 2](#)

8.5 Abbildung 5

Angebote für Bevölkerungsgruppen nach den Kriterien Alter und Familiensituation (Basis: Familienzyklusanalyse, AWA Werbeträgeranalyse, nach Birgit-Caroline Grill)

- Junge Alleinstehende (unter 40)
- Modezeitschriften
- Design- und Einrichtungszeitschriften
- Musik-, Audiozeitschriften
- Sportzeitschriften
- Stadtzeitschriften
- Zeitgeistzeitschriften
- Rucksackreiseführer
- Ratgeber Lebensgestaltung und Finanzen
- Adressen für Freizeitangebote
- Möbelhauskataloge
- Zeitschriftenarbeit mit Einrichtungen zur Typberatung

Junge Paare (bis 40 Jahre) ohne Kinder

- Modezeitschriften
- Design- und Einrichtungszeitschriften
- Musik-, Audiozeitschriften
- Sportzeitschriften
- Stadtzeitschriften
- Autozeitschriften
- Verbraucherinformation

- Ratgeber für Recht, Finanzen, Steuern
- Reiseführer
- Möbelhauskataloge
- Zeitschriftenarbeit mit Einrichtungen über ökologische Themen

Junge Familien mit Kinder unter 6 Jahren

- Verbraucherzeitschriften
- Kinder- und Erziehungszeitschriften
- Ratgeber Recht, Finanzen, Steuern, Bausparen, Hausbau, Wohnungskauf
- Ratgeber Kindererziehung und -pflege
- Information preiswerter Familienurlaub
- Kindermedien
- Adressenservice Kindereinrichtungen, Elterntreff, Tagesmütter, Second-Hand-Kinderkleidung u. -spielzeug
- Kindersachentauschbörse
- Veranstaltungen mit Kindereinrichtungen, Pädagogik-Beratung
- Veranstaltung mit Schuldnerberatung

Familien mit Kinder über 6 Jahren

- Verbraucherinformation
- interaktive Lernprogramme für Kinder
- Informationen zur Rückkehr in den Beruf
- Adressenservice Sport
- Kinderferien, Ponyhöfe
- Information Erwachsenenbildung
- Ratgeber zur Pubertät
- Ratgeber Berufswahl und Ausbildung
- elternunabhängige Angebote für Jugendliche
- interaktive Lernprogramme für Jugendliche
- Information Ferienjobs und Jugendaustausch, Auslandspraktika
- schulbezogene Angebote für Jugendliche ab 12
- Hausaufgabenhilfe

Ältere Paare bis 59 Jahre ohne Kinder

- Reiseführer für Kultur und Kunst
- Einrichtungs- und Designzeitschriften
- Audiozeitschriften
- Autozeitschriften
- Ratgeber und Zeitschriften zur Gesundheit und gesunden Ernährung
- Zeitschriften und Ratgeber für teurere Hobbys, z.B. Segeln, Golf, Videoschneiden

Ältere Paare ab 60 Jahre

- Veranstaltungen zu Renten- und Finanzfragen, Erbschaft
- Diavorträge über Reisen
- Veranstaltungen zum Gedächtnistraining u.a. Gesundheitsfragen ab 60

Ältere Alleinstehende über 40 Jahre

- Reiseführer mit Hintergrundinformation
- Ratgeber und Zeitschriften zur Gesundheit und gesunden Ernährung
- Zeitschriften und Ratgeber für teurere Hobbys, z.B. Segeln, Golf, Videoschneiden
- nostalgische Medienangebote
- Zusammenarbeit mit Senioreneinrichtungen

[zurück zum Kapitel 2](#)

8.6 Abbildung 6

Informationslogistische Rollen - Rollen und soziale Umgebungen, Teil 1

Rollen	beispielhafte Merkmale	soziale Umgebung
Kommunaler Treffpunkt	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturveranstaltungen • Veranstaltungen der Erwachsenenbildung • Bürgergruppenveranstaltungen • Ausstellungen • zum Aufenthalt einladende Räume, z.B. ein Lesecafé • Internetcafé 	<p>Rang bei Benutzern in den alten Bundesländern: 4</p> <p>Rang bei Benutzern in den neuen Bundesländern einschl. Berlin-Ost: 5</p> <p>Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehlen anderer Institutionen, die hier

		<p>aktiv sind.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Anteil von Personen mit Hochschulabschluß oder Fachhochschulabschluß einschl. Ingenieurschulabschluß an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern höher als 6,8 %, in den neuen Bundesländern höher als 7,3 %. • Überdurchschnittliches Einkommensniveau, d.h. mehr als die Hälfte der Haushalte im Einzugsgebiet hat ein monatliches Nettoeinkommen von über 3.000 DM (alte Bundesländer) bzw. über 2.500 DM (neue Bundesländer).
Kommunales Infozentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Bürgerinformation über die Stadt • Blätter örtlicher Vereine, Kirchen, Initiativen, Behörden • Verbraucherinformation • Jobbörse • Broschürensammlung • Zeitungen, Lokal-, Bezirkszeitungen • Stadtzeitungen • Zeitschriften zum Zeitgeschehen • Zusammenarbeit mit Behörden, Bürgerberatung • Sprechstunden der Stadtverordneten, Stadträte, Bürgermeister • Höchste Aktualität • Einschlägige Linksammlung ins Internet stellen 	<p>Rang bei Benutzern in den alten Bundesländern: 2</p> <p>Rang bei Benutzern in den neuen Bundesländern einschl. Berlin-Ost: 1</p> <p>Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Anteil von Personen mit FH- bzw. Hochschulreife oder mit Realschulabschluß oder Fachschulabschluß einschl. Meister- und Technikerprüfung an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern höher als 32,7 %, in den neuen Bundesländern höher als 26,3 %. • Der Anteil von Personen bis zu 40 Jahren an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern über 53,1 %, in den neuen Bundesländern über 53,3 %.
Bildungs-, Ausbildungsunterstützung	<ul style="list-style-type: none"> • Schülerliteratur • Studienliteratur • Klassensätze • Klassenapparate • Fachliteratur zur Berufsausbildung • Beachtung der Wirtschafts- und Berufsstruktur • Beachtung der Lehrpläne • Beachtung der Literaturverzeichnisse in Lehrbüchern, die in örtlichen Bildungseinrichtungen benutzt werden • Kooperation mit Schulen • Maßnahmen zur Leseförderung • Internetanschluß bereitstellen 	<p>Rang bei Benutzern in den alten Bundesländern: 3</p> <p>Rang bei Benutzern in den neuen Bundesländern einschl. Berlin-Ost: 3</p> <p>Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kooperationsbereite Bildungseinrichtungen • Der Anteil von Personen unter 25 Jahre an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern über 28,1 %, in den neuen Bundesländern über 29,7 %.
Individuelles Bildungszentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Literatur zur beruflichen Fortbildung • Volkshochschulkurse- begleitende Medienangebote • Medienangebote für intellektuelle Freizeitbetätigungen (Sprachenlernen, Kunstseiseführer...) • Medienangebote für Selbstbildung (Selbsterfahrung, 	<p>Rang bei Benutzern in den alten Bundesländern: 5</p> <p>Rang bei Benutzern in den neuen Bundesländern einschl. Berlin-Ost: 4</p> <p>Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Anteil von Personen mit FH- bzw. Hochschulreife oder mit Realschulabschluß oder Fachschulabschluß einschl. Meister- und

	Psychodrama, ...) • Lernzeitschriften (écho...) • Interneteinführungen • einschlägige Bookmarksammlung	Technikerprüfung an der Bevölkerung des Einzugsgebiets ist überdurchschnittlich, d.h. höher als 32,7 % (alte Bundesländer) bzw. 26,3 % (neue Bundesländer). • Der Anteil von Personen bis zu 40 Jahren an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. höher als 53,1 % (alte Bundesländer) bzw. 53,3 % (neue Bundesländer). • Der Anteil von Arbeitnehmern, die im Kredit- oder Versicherungsgewerbe oder in Dienstleistungsbetrieben (Gaststätten, Hotels, Bildungseinrichtungen, Gesundheitswesen, Rechts- und Wirtschaftsberatung u.a.) beschäftigt sind, an den Arbeitnehmern im Einzugsgebiet ist überdurchschnittlich, d.h. höher als 28,2 % (alte Bundesländer) bzw. 25,9 % (neue Bundesländer).
--	--	--

[zurück zum Kapitel 2](#)

8.7 Abbildung 7

Informationslogistische Rollen - Rollen und soziale Umgebungen, Teil 2

Zentrum populärer Medien	<ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltungsromane • populäre Sachbücher • Hobbybücher • Populäre Zeitschriften • Musiktonträger, Videospielfilme • Starke Staffelung der meistgefragten Titel • Hohe Aktualität • Internetcafé • Einschlägige Bookmarksammlung 	Rang bei Benutzern in den alten Bundesländern: 6 Rang bei Benutzern in den neuen Bundesländern einschl. Berlin-Ost: 6 Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen: <ul style="list-style-type: none"> • Unterdurchschnittliches Einkommensniveau, d.h. weniger als die Hälfte der Haushalte im Einzugsgebiet hat ein monatliches Nettoeinkommen von über 3.000 DM (alte Bundesländer) bzw. über 2.500 DM (neue Bundesländer). • Der Anteil von Personen mit Volks- oder Hauptschulabschluß oder mit Abschluß der Polytechn. Oberschule an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. höher als 43,1 % (alte Bundesländer) bzw. 58,1 % (neue Bundesländer). • Der Anteil von Personen über 40 Jahre an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern über 46,9 %, in den neuen Bundesländern über 46,7 %.
Tor zum Lernen für Schüler	<ul style="list-style-type: none"> • unterhaltende Kinderbücher • Kindermedien • Kindercomics • Kooperation mit Schulen • Maßnahmen zur Leseförderung • Blockausleihe an Kindereinrichtungen • Spiele, Lernspiele • Starke Staffelung der meistgefragten Titel • Interneteinführungen • einschlägige Bookmarksammlung 	Rang bei Benutzern in den alten Bundesländern: 3 Rang bei Benutzern in den neuen Bundesländern einschl. Berlin-Ost: 3 Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen: <ul style="list-style-type: none"> • Kinderklientel von ausreichendem Umfang, • Kooperationsbereite Kindereinrichtungen.
Auskünfte und Alltagsinfo	<ul style="list-style-type: none"> • Ratgeberliteratur • Auskunftsdienst • Nachschlagewerke, Adreßbücher • Wirtschaftsinformation • Internet zusätzlich am Auskunftspunkt • einschlägige 	Rang bei Benutzern in den alten Bundesländern: 1 Rang bei Benutzern in den neuen Bundesländern einschl. Berlin-Ost: 2 Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen: <ul style="list-style-type: none"> • Unterdurchschnittliches Einkommensniveau, d.h. weniger als

	Linksammlung ins Internet stellen	<p>die Hälfte der Haushalte im Einzugsgebiet hat ein monatliches Nettoeinkommen von über 3.000 DM (alte Bundesländer) bzw. über 2.500 DM (neue Bundesländer).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Anteil von Personen mit Volks- oder Hauptschulabschluß oder mit Abschluß der Polytechn. Oberschule an der Bevölkerung des Einzugsgebiets ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern höher als 43,1 %, in den neuen Bundesländern höher als 58,1 %. • Der Anteil von Personen bis zu 40 Jahren an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern über 53,1 %, in den neuen Bundesländern über 53,3 %.
Forschungszentrum	<ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche Fachliteratur • Bibliographien • Handbücher aller Wissenschaften • Fachzeitschriften • Internetzugang an jedem Lesesaalplatz • Bestände gezielt digitalisieren • einschlägige Linksammlungen ins Internet stellen 	<p>Indikatoren, die die Betonung dieser Rolle nahelegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fehlen anderer Institutionen, die hier aktiv sind • Vorhandene spezielle Sammlungen • Der Anteil von Personen mit Hochschulabschluß oder Fachhochschulabschluß einschl. Ingenieurschulabschluß an der Bevölkerung des Einzugsgebietes ist überdurchschnittlich, d.h. in den alten Bundesländern höher als 6,8 %, in den neuen Bundesländern höher als 7,3 %.

[zurück zum Kapitel 2](#)

8.8 Abbildung 8

Informationslogistische Rollen, Zielgruppen, Funktionen, Niveaus, Mediengattungen, Teil 1

Rolle	höchstrangige Zielgruppen	höchstrangige Niveaus	höchstrangige Funktionen	höchstrangige Mediengattungen
Kommunaler Treffpunkt	<ul style="list-style-type: none"> • ratsuchende Laien • Eltern • Frauen • Männer • Senioren 	<ul style="list-style-type: none"> • Laien Anfänger • Laien fortgeschritten 	<ul style="list-style-type: none"> • öffentliches Engagement • Urteilsbildung • Wissenspopularisierung • Unterhaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • Info-Broschüren • Zeitungen • Zeitschriften • Fakten-, Zahlen-, Namen-, Waren-, Bildverzeichnis • Report, Gutachten, Behördenbericht • CD-Rom Fakten • populäres Sachbuch
Kommunales Infozentrum	<ul style="list-style-type: none"> • ratsuchende Laien • engagierte Bürger • Verbraucher • Arbeitslose • Eltern • Frauen • Männer • Senioren 	<ul style="list-style-type: none"> • Laien Anfänger • Laien fortgeschritten • Laien spezialisiert 	<ul style="list-style-type: none"> • öffentliches Engagement • Hobby • Wissenspopularisierung • Recht, Geld, Verbraucher • Familie • Freizeit-Reisen • Haushalt • Alltagstechnik • Heimwerken • Gesundheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Infobroschüren • Zeitungen • Ratgeber, Anleitung • Fakten-, Zahlen-, Namen-, Waren-, Bildverzeichnis • Quelle, Dokumentation, Normen-, Gesetzessammlung und -kommentar • CD-Rom Fakten • populäres Sachbuch • Reiseführer • Karten und Pläne • Report, Gutachten, Behördenbericht
Bildungs-, Ausbildungsunterstützung	<ul style="list-style-type: none"> • Schüler • Azubis • Umschüler • Arbeitslose • Studenten 	<ul style="list-style-type: none"> • Gymnasium • Berufsausbildung • Realschule • Hauptschule • Fachschule 	<ul style="list-style-type: none"> • Lernen und Ausbildung • berufliche Fortbildung • Berufsausübung 	<ul style="list-style-type: none"> • Lehr-, Lern-, Übungsmaterialien • Schulbuch • Fachbuch • Medienkombination

		<ul style="list-style-type: none"> • Fachhochschule • Universität 		<ul style="list-style-type: none"> • MC Sachprogramm • CD-Audio Sachprogramm • CD-Rom Lehr-, Lern-, Übungsmaterial • Diskette Lehr-, Lern-, Übungsmaterial
Individuelles Bildungszentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstlerner • Berufstätige • Senioren • Frauen • Männer • Arbeitslose 	<ul style="list-style-type: none"> • Laien fortgeschritten • Laien spezialisiert • Berufsausbildung • Fachschule • Fachhochschule • Universität 	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenspopularisierung • Urteilsbildung • Job • berufliche Fortbildung • Berufsausübung • Selbsterkenntnis 	<ul style="list-style-type: none"> • populäres Sachbuch • Fachbuch • Lehr-, Lern-, Übungsmaterialien • Lexikon • Sprachwörterbuch • Medienkombination • MC Sachprogramm • CD-Audio Sachprogramm • CD-ROM Fakten: z.B. Gesetzessammlungen, Fahrpläne, Lexika, Tabellenwerke, Adreßverzeichnisse • CD-ROM Lehr-, Lern- und Übungsmaterialien

[zurück zum Kapitel 2](#)

8.9 Abbildung 9

Informationslogistische Rollen, Zielgruppen, Funktionen, Niveaus, Mediengattungen, Teil 2

Rolle	höchststrangige Zielgruppen	höchststrangige Niveaus	höchststrangige Funktionen	höchststrangige Mediengattungen
Zentrum populärer Medien	<ul style="list-style-type: none"> • Frauen • Männer • Eltern • Senioren 	<ul style="list-style-type: none"> • Laien Anfänger • Laien fortgeschritten • Hauptschule • Realschule 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltung • Hobby • Freizeitreisen • Gesundheit • Heimwerken • Familie 	<ul style="list-style-type: none"> • Ratgeber, Anleitung • Reiseführer • Roman • Comics • MC Musik • CD-Audio Musik • CD-Rom Spiele • Video Spielfilm • CD-I
Tor zum Lernen für Schüler	<ul style="list-style-type: none"> • Kinder • Schüler 	<ul style="list-style-type: none"> • Vorschule • Grundschule 	<ul style="list-style-type: none"> • Lernen und Ausbildung • Unterhaltung • Urteilsbildung • Selbsterkenntnis • Wissenspopularisierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Lehr-, Lern-, Übungsmaterialien • Bilderbuch • Kinder- und Jugendsachbuch • Kinder- und Jugenderzählung, -roman • MC Kinder- und Jugendprogramm • CD-Audio Kinder- und Jugendprogramm • Diskette Lehr-, Lern- und Übungsmaterialien • CD-Rom Spiele • Comics
Auskunftsdienst und Alltagsinfo	<ul style="list-style-type: none"> • ratsuchende Laien • Verbraucher 	<ul style="list-style-type: none"> • Laien Anfänger • Laien 	<ul style="list-style-type: none"> • öffentliches Engagement • Job 	<ul style="list-style-type: none"> • Info-Broschüre • Zeitung • Fakten-, Zahlen-,

	<ul style="list-style-type: none"> • engagierte Bürger • Frauen • Männer • Senioren • Arbeitslose 	<ul style="list-style-type: none"> • fortgeschritten • Laien Verbraucher 	<ul style="list-style-type: none"> • Recht, Geld, Verbraucher • Haushalt • Alltagstechnik • Familie 	<ul style="list-style-type: none"> • Namen-, Waren-, Bildverzeichnis • Ratgeber • Quelle, Dokumentation, Normen-, Gesetzessammlung und -kommentar • CD-Rom Bibliographie • CD-Rom Fakten
Forschungszentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstlerner • engagierte Bürger 	<ul style="list-style-type: none"> • Laien spezialisiert • Universität 	<ul style="list-style-type: none"> • Urteilsbildung • öffentliches Engagement • Hobby • Forschung und Wissenschaft 	<ul style="list-style-type: none"> • CD-Rom Bibliographie • CD-Rom Fakten • wiss. Monographie • Handbuch • Report, Gutachten, Behördenbericht • Quelle, Dokumentation, Normen-, Gesetzessammlung und -kommentar • Fakten-, Zahlen-, Namen-, Waren-, Bildverzeichnis

[zurück zum Kapitel 2](#)

8.10 Abbildung 10

Informationslogistische Rollen und Kapazitäten

Prioritäten	Zentralbibliotheken	Zweigbibliotheken	Kapazitäten
höchste	1-2	1	40-50 %
nachgeordnet	1-2	1-2	30-40 %
peripher	die übrigen	1-2	20 %

[zurück zum Kapitel 2](#)

8.11 Abbildung 11

Richmond Public Library Mission Statement - Leitbild der Stadtbibliothek Richmond

Ziel der Stadtbibliothek Richmond ist es, den Zugang zu Medien und Dienstleistungen in einer Vielfalt von Medienarten und -technologien für Information, Bildung, Kultur und Erholung zu schaffen; auf den Bedarf in der Gemeinde zu reagieren; und den freien Zugang zu Information zu wahren.

Die Rollen der Stadtbibliothek Richmond	Prinzipien der Stadtbibliothek Richmond
<p>Lebenslanges Lernen</p> <p>Die Bibliothek unterstützt lebenslanges Lernen und ist ein Ort für die persönliche Weiterentwicklung und Entdeckungen, die jeden Bürger unsere Gemeinde bereichern und ertüchtigen</p> <p>Medienzentrum</p> <p>Die Bibliothek ermöglicht freien und leichten Zugang zu Informationen in gedruckter, akustischer, elektronischer Form sowie als Video und Computerdatei; stellt Geräte und Einrichtungen zur Benutzung dieser Medien zur Verfügung; verfügt über kompetentes Fachpersonal, um den Informationsbedarf der Öffentlichkeit zu decken.</p> <p>Gemeinschaft im Aufbau</p> <p>Die Bibliothek bietet Orientierung und dient Bürgern und Bürgergruppen als Informationszentrum; durch die Bibliothek erreichen örtliche Verbände ein breites Publikum.</p>	<p>Bibliotheksführung und -mitarbeiter engagieren sich für:</p> <ul style="list-style-type: none"> • freien gleichen und unzensierten Zugang zu Wissen, Information, Programmen und Dienstleistungen entsprechend dem Bedarf der Gemeinde, • Direktlieferung nach Hause, in Schulen, ins Büro und zu Institutionen, • besondere Dienstleistungen für besondere Benutzergruppen, • Bewältigung des Wandels in positiver Weise und Technikeinsatz zu maximalem Vorteil, • die Ausdehnung der Bibliotheksdienste über die Wände der Bibliothek hinaus durch Einsatz der Telematik, weil sie in der Gemeinde breit akzeptiert werden, • ständige Fortbildung und

Treffpunkt

Die Bibliothek ist Marktplatz und Bühne für unsere Kunden- und für Bürgergruppen.

Fortentwicklung unseres Personals und unserer Treuhänder, weil sie unser wertvollstes Kapital darstellen,

- Zusammenarbeit im Geist der Achtung vor dem anderen und der Respektierung seiner Besonderheiten

[zurück zum Kapitel 3](#)

8.12 Abbildung 12

[Klicken Sie bitte hier, um das Leitbild der Stadtbibliothek Bremen \(eine Gif-Datei von 14 KB\) zu laden!](#)

[zurück zum Kapitel 3](#)

8.13 Abbildung 13 + 14

Klicken Sie bitte, um die Ziele der Stadtbibliothek Bremen (zwei Gif-Dateien von jeweils 16 KB) zu laden!

[Seite 1](#)

[Seite 2](#)

[zurück zum Kapitel 3](#)

8.15 Abbildung 15

Image einer Stadt und seine Dimensionen

Dimension	Komponenten	Beispiele für Ausprägungen	Städtebeispiele
Wirtschaftliche Dimension	Verkehrsfunktion	Verkehrsknoten	Frankfurt/M.
		Hafenstadt	Rostock
	Prägende Funktion	Industriestadt	Manchester
		Messestadt	Hannover
	Dominanter Zweig	Bergbau	Bitterfeld
		Chemiestandort	Halle
		Verwaltungen	Bonn
	Produkt	Spitzen	Brüssel
		Gurken	Spreewald
Kulturelle Dimension	Prägender Bereich	Oper	Mailand
		Bildende Künste	Köln
		Musik	Wien
	Bildungseinricht.	Universität	Oxbridge
	Kirchliche Funktion	Bischofssitz	Fulda
	Mentalitäten	politisch	Münster/W.
		weltoffen/provinziell	Anklam
		heimatverbunden	Oberammergau
	Ereignisse, Feste	Filmfestival	Venedig
		Festspiele	Salzburg
	Lage, Verkehr	Handelsweg	Celle
		Grenzstadt	Frankfurt/O.
	Stadtbild	historisch	St. Petersburg

	Räumliche Dimension		modern	Brasilia
		Einzelbauwerke	Dom	Naumburg
			Schiefer Turm	Pisa
		Parks	Central Park	New York
			des Fürsten Franz	Wörlitz
	Geschichtliche Dimension	Ereignisse	Fenstersturz	Prag
			Thesenanschlag	Wittenberg
		Hist. Funktion	Residenz	Dresden
			Verteidigung	Wittstock

[zurück zum Kapitel 3.5](#)

8.16 Abbildung 16

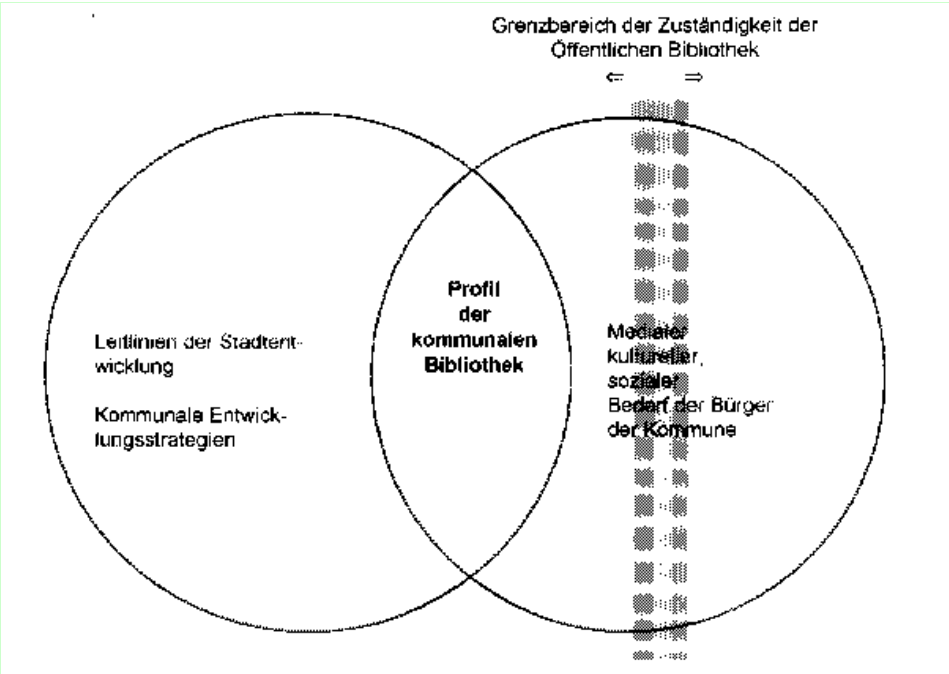
Stadtimage der Stadt XYZ als Anknüpfungspunkt für ein Leitbild der Stadtbibliothek xyz:

Stadt XYZ	Dimension	Komponenten	im Bewußtsein der Bürger	im Bewußtsein der Kommunalpolitiker	im Bewußtsein der Touristen		
	Wirtschaftliche Dimension	Prägende wirtschaftliche Funktion					Leitbild Stadtbibliothek xyz
		Dominanter Wirtschaftszweig					
	Kulturelle Dimension	Prägender Kulturbereich					
		Kulturelle Ereignisse, Feste					
	Räumliche Dimension	Lage, Verkehr					
		Einzelbauwerke					
	Geschichtliche Dimension	Historisches Ereignis					
Historische Funktion							

[zurück zum Kapitel 3.5](#)

8.17 Abbildung 17

Positionierung der Bibliothek in der Schnittmenge von kommunaler Entwicklungsstrategie und medialem Bedarf



[zurück zum Kapitel 3.5](#)

8.18 Abbildung 18

Tabellen zur Konkurrenzanalyse

Allgemein, Teil 1

	eigene Charakteristik	Alternativ-Anbieter 1	Bedarf bei Nutzern	Anerkennung bei Verwaltung	eigene räumliche Vorauss.	eigene personelle Vorauss.	eigene mediale Vorauss.	eigene finanzielle Vorauss.
Medienausleihe								
Dienstleistungen für die Öffentlichkeit								
Dienstleistungen für die Verwaltung								
Dienstleistungen für die Wirtschaft								
Dienstleistungen für institutionelle Partner								
Öffnungszeiten								
Verkehrsanbindung								

[zurück zum Kapitel 4.2](#)

8.19 Abbildung 19

Tabellen zur Konkurrenzanalyse, Allgemein, Teil 2

--	--	--	--	--	--	--	--	--

	eigene Charakteristik	Alternativ- Anbieter 1	Bedarf bei Nutzern	Anerkennung bei Verwaltung	eigene räumliche Vorauss.	eigene personelle Vorauss.	eigene mediale Vorauss.	eigene finanzielle Vorauss.
Spezialsammlungen								
Kulturelle Programme								
Bürgerinfoservice								
Auskunftsdienst								
Aufsuchende Dienste								
Individuelles Lernen								
Leseförderung								
Erholung, Unterhaltung								
Informationsvernetzung								

[zurück zum Kapitel 4.2](#)

8.20 Abbildung 20

Tabellen zur Konkurrenzanalyse, Zeitschriften

Jede Zeitschrift in der Bibliothek bzw. bei den Alternativanbietern wird genau einer Rubrik durch Markierung der Liste zugeordnet, und zwar der speziellsten, die in Frage kommt. Die Markierungen der Liste zeigen die Angebotsprofile.

Thema	Bibliothek	Alternative 1	Alternative 2
Angeln			
Aquarien, Terrarien			
Arbeits-, Stellenmarkt			
Arbeitsrecht			
Architektur, Bau			
Astrologie			
Astronomie			
Auto - allgemein			
Auto - einz. Typen			
Bergsteigen			
Berufswahl			
Biologie			
Branchenzeitschrift.			
Briefmarken			
Camping			

Chemie			
Comics			
CD-Rom			
Computerspiele			
Denkmalpflege			
Dritte Welt			
EDV allgemein			
EDV Hardware			
Elektronik			
Ernährung			
Erziehung, Eltern			
Familie			
Film			
Flugzeuge			
Feminismus			
Foto			
Frauen			
Fremdsprachige Zs			
Funktechnik			
Fußball			
Garten			
Gebrauchtwaren			
Geldanlage			
Geographie			
Gesundheit			
Geschichte			
Gewerkschaft			
Golf			
Handwerkerzs.			
Hausbau,-finanzierung			
Hifi			
Hobby allgemein			
Jagd			
Jazz			
Jugendzeitschriften			
Kanu			
Kinderzeitschriften			
Kochen			
Kunst			
Klass. Musik, Oper, Ballett			
Kultur			
Landwirtschaft			
Literatur			

Mädchen			
Mathematik			
Mieterschutz			
Modellbau			
Motorrad			
Musik allgemein			
Nähen, Handarbeit.			
Natur			
New Age, Esoterik			
Pädagogik			
PC allgemein			
PC Hardware			
PC Software			
Politik			
Programmzeitschriften			
Psychologie			
Radfahren			
Recht allgemein			
Regenbogenzeitschriften			
Reisen			
Religion, Kirche			
Rock. Pop			
Rundfunk u. Fernsehen			
Sammeln			
Satire			
Schach			
Segeln			
Senioren			
Sex			
Ski			
Soziale Berufe			
Sozialwissenschaften			
Sport allgemein			
Sprachen			
Stadtzeitungen			
Surfen			
Tauchen			
Technikerzeitschriften			
Tennis			
Theater			
Tiere			
Umwelt			

Unterricht			
Verbraucher			
Verkehr			
Verteidigung, Militär			
Video			
Waffen			
Wandern			
Wassersport			
Windows			
Wirtschaft			
Wissenschaften			
Wohnen, Einrichtung			
Zeitgeist			
Zeitgeschehen			

[zurück zum Kapitel 4.2](#)

8.21 Abbildung 21

Tabellen zur Konkurrenzanalyse

Weitere Aspekte

- Videos: Tabelle mit den Genres laut einem Videoverzeichnis oder nach Interessenkreisen
- Musikonträger: Tabellen nach technischen Formaten und nach: Klassifikation oder Interessenkreisen oder Musikrichtungen
- Bücher und CD-ROMs: Tabelle in der folgenden Art:
 - Differenzierung der Zeilen (Fachgebiete) nach Bedarf, z.B. KAB oder Interessenkreisen
 - Differenzierung der Spalten (Anzahl Titel) nach Bedarf, z.B.

	Aussagen zum dominanten Angebot				Aussagen zu Sortimentsbreite und -tiefe
Fachgebiet	Zielgruppen	Niveaus	Funktionen	Mediengattungen	
Geographie	Laien	alle	Urlaub	Reiseführer	fast nur Europa, viel Südeuropa, keine Staffeln
Geographie	Schüler	Sek II	Lernen	Lehrbücher, Lexika	die wenigen relevanten Titel in starker Staffeln
Recht	Laien	Anfänger	Alltagsfragen	Ratgeber	Schwerpunkt Miete u. Schulden; fehlend: ...
Recht	Verwaltung	mD, gD	Beruf	Fachbuch	Sozialrecht fehlt

Oder das Bestandsprofil bei Büchern und CD-ROMs wird vergleichend knapp verbal beschrieben. Wichtig ist, die charakteristischen Dimensionen der Profilkennzeichnung zu beachten:

- Themen, Sachgebiete
- Sortimentstiefe, Sortimentsbreite
- An welche Zielgruppen richtet sich das Angebot hauptsächlich: Schüler, Eltern, Senioren, Studenten, ratsuchende Laien, Verbraucher...
- Aus welchen Niveaus besteht das Angebot hauptsächlich: Laien, Vorschulkinder, Schüler der ... Schulstufe, Fachhochschule, Universität, Berufsausbildung...
- Für welche Funktionen (Verwendungsarten) ist das Angebot hauptsächlich geeignet: Berufsausübung, berufliche Ausbildung, berufliche Fortbildung, allgemeine Weiterbildung, schulisches Lernen, Wissenspopularisierung, Hobby und Freizeitgestaltung...
- Aus welchen Mediengattungen besteht das Angebot hauptsächlich: Infobroschüren, populäre Sachbücher, Infotainment, Fachbücher, Lehr-, Lern-, Übungsmaterialien, Medienkombinationen, Lexika, Sprachwörterbücher...

[zurück zum Kapitel 4.2](#)

8.22 Abbildung 22

Portfolioanalyse

	hoch	Fragezeichen: zielstrebig ausbauen	Stars: gute Qualität mit vertretbarem
--	------	--	---

Wachstum		oder streichen	Aufwand
	niedrig	Arme Hunde: Abbau zugunsten der Fragezeichen	Milchkühe: Melken mit wenig Aufwand
		niedrig	hoch
		Nachfrage	

[zurück zum Kapitel 4.6](#)

8.23 Abbildung 23

Produkt-Märkte-Matrix

Angebote	neu	1. Produktentwicklung Produktverjüngung	3. Diversifikation
	vorhanden		2. Marktentwicklung
		vorhanden	neu
		Zielgruppen	

[zurück zum Kapitel 4.7](#)

8.24 Abbildung 24

Operative Ziele - Beispielhafter Ausschnitt

strategische Ziele	operative Ziele 1998	Positive Maßnahmen	Wer? Bis wann?	Negative Maßnahmen	Wer? Bis wann?
Bestandskonzept entsprechend den Rollen:	Etatverteilung entsprechend den Rollen	Umverteilung zugunsten der neuen Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> <Leitung> September 1997 	Umverteilung zu Lasten zu reduzierender Angebote	<ul style="list-style-type: none"> <Leitung> September 1997
Bildungs-, Ausbildungsunterstützung	<ul style="list-style-type: none"> Abo geeigneter Schülerreihen 	<ul style="list-style-type: none"> Erkundung und Entscheidung über die Reihen Ausführung 	<ul style="list-style-type: none"> <Name>, März 	<ul style="list-style-type: none"> Verzicht auf Kindervideos 	<ul style="list-style-type: none"> <Name> ab Januar 1998
	<ul style="list-style-type: none"> Handapparate Abiturvorbereitung 	<ul style="list-style-type: none"> Erkundung nach Abiturthemen bei Schulen Beschaffung fehlenden Materials Zusammenstellung des Materials ... 	<ul style="list-style-type: none"> <Name> bis Ende März bis Ende Juni bis Ende August 	<ul style="list-style-type: none"> Reduktion bei Hobbyliteratur um 70 % 	<ul style="list-style-type: none"> <Name> ab Juli
	<ul style="list-style-type: none"> Schülerarbeitsplätze 	<ul style="list-style-type: none"> Möblierungskonzept mit vorh. Möbeln Ausführung 	<ul style="list-style-type: none"> <Name> bis Ende September <Name> + <Name> Okt. 	<ul style="list-style-type: none"> Verkleinerung der Regalflächen mit Hobby-Interessenkreisen 	<ul style="list-style-type: none"> <Name> ab Oktober
	<ul style="list-style-type: none"> einschlägige 	<ul style="list-style-type: none"> Pressearbeit 	<ul style="list-style-type: none"> <Name>, 	<ul style="list-style-type: none"> keine 	

	Öffentlichkeitsarbeit	<ul style="list-style-type: none">• Kontaktarbeit	<div>ab Sept.</div> <ul style="list-style-type: none">• <Name>, <div>ab Jan.</div>		
--	-----------------------	---	--	--	--

[zurück zum Kapitel 5](#)

[zur Einstiegsseite der Handreichung 48](#)

[zur Übersicht Handreichungen](#)